

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
AVRUPA BİRLİĞİ ANABİLİM DALI
AVRUPA ÇALIŞMALARI PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TARIMSAL
TURİZM UYGULAMALARI VE TÜRKİYE’DE
GELİŞME POTANSİYELİ: YEŞİLKÖY ÖRNEĞİ

Hüseyin Kutay AYTUĞ

Danışman
Prof. Dr. Ayşen OLGUN

İZMİR-2011

YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “**Avrupa Birliği Ülkelerinde Tarımsal Turizm Uygulamaları ve Türkiye’de Gelişme Potansiyeli: Yeşilköy Örneği**” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

..../..../.....

Hüseyin Kutay AYTUĞ

İmza

ÖZET

Doktora Tezi

Avrupa Birliği Ülkelerinde Tarımsal Turizm Uygulamaları ve Türkiye’de Gelişme Potansiyeli: Yeşilköy Örneği

Hüseyin Kutay AYTUĞ

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Avrupa Birliği Anabilim Dalı

Avrupa Çalışmaları Doktora Programı

Tarımsal turizm Avrupa Birliği ülkelerinde üreticilerin ekonomik faaliyetlerini çeşitlendirip karlarını artırmalarında gittikçe önem kazanan alan olarak görölmektedir. Tarımsal turizmin geliştirilmesindeki en önemli neden, çiftçilerin gelirlerini artırma ihtiyacıdır. Tarım ve turizm faaliyetlerinin birleştirilmesiyle oluşan tarımsal turizm, çiftçilere yeni gelir kaynakları sunmaktadır. Öte yandan, tarımsal turizmle tarımsal alanların, tarımsal kültür ve geleneklerin korunması mümkün olmaktadır. Tarımsal turizm kırsal alanlardaki büyümeyi devam ettirecek alternatif bir faaliyet olarak düşünülmektedir.

Tarımsal turizm Avrupa Birliği’nde kırsal alanlarda büyüyen bir sektördür ve çiftliklerde sunulan bir tatil şeklidir. Aynı zamanda ziyaretçilerin çiftlik işlerine yardım etmelerini de içermektedir. Avrupa Birliği politikası

kırsal alanlarda yaşam kalitesini artırmak ve tarımsal turizmle ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi konusunda yoğunlaşmaktadır. Tarımsal turizm kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasına yararlı bir sistem olarak görülmekte ve sürdürülebilir kalkınmanın çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları arasında bir denge sağlamaktadır. Bu nedenle, Avrupa Birliği ülkelerinde tarımsal turizme güçlü bir devlet desteği bulunmaktadır. Böylece, Avrupa Birliği çiftçilere tarımsal turizme katılarak tarımsal üretimin yanı sıra ek bir gelir sağlamaları için teşvikler yaratmaktadır.

Türkiye Tarımsal turizm açısından zengin bir potansiyele sahip olmakla birlikte, tarımsal turizm ile ilgili etkinlikler yakın zamanda gelişmeye başlamıştır. Bu araştırmanın amacı, Türkiye'nin tarımsal turizm potansiyelini Yeşilköy özelinde incelemektir. Ayrıca, yöre halkının tarımsal turizm faaliyetlerine karşı istekliliğini ve Avrupa Birliği'ndeki uygulamalar çerçevesinde Yeşilköy'ün tarımsal turizm kapasitesini incelemeye çalışmaktır.

Anahtar Kelimeler: Tarımsal Turizm, Sürdürülebilir Turizm ve Kırsal Kalkınma, Kırsal Alanlarda Ekonomik Faaliyetlerin Çeşitlendirilmesi.

ABSTRACT

Doctoral Thesis

Doctor of Philosophy

**Agrotourism Applications in European Union Countries and Turkey's Growth
Potential: The Case of Yeşilköy**

Hüseyin Kutay AYTUĞ

**Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of European Union
European Studies Program**

Agrotourism has a growing importance and increasing popularity in diversification of economic activities in rural areas and increasing incomes in European Union countries. Agrotourism, by combining agriculture and tourism, offers new sources of income for farmers. On the other hand, agrotourism helps to protect agricultural lands, agricultural culture, and traditions. Agrotourism is considered to be a potential alternative for continuation of development in the rural areas.

Agrotourism is a developing sector in many rural areas in the European Union and is a type of vacation offered in agricultural farms. The visitors help farm activities during their visits. The policy of the European Union focuses on enhancing the quality of life in rural areas and promoting diversification of economic activities with agrotourism. It is also seen as a useful system for sustainable development of rural areas. It provides a balance between environmental, economic, and social dimensions of sustainable development. Therefore, there is particularly strong government support for agrotourism in the European Union countries. Consequently, the European Union has incentives for agrotourism to create an additional income for producers.

Although Turkey has a great potential for agrotourism, agrotourism activities has started to improve recently. The objective of this research is to examine Turkey’s agrotourism potential taking Yeşilköy as the case. Also, willingness of producers living in Yeşilköy and the feasibility of agrotourism in Yeşilköy has been analyzed within European Union applications framework and some proposals have been given.

Key Words: Agrotourism, Sustainable Tourism and Rural Development, Diversification of Economic Activities in Rural Areas.

**AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TARIMSAL TURİZM
UYGULAMALARI VE TÜRKİYE’DE GELİŞME POTANSİYELİ:
YEŞİLKÖY ÖRNEĞİ**

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xiv
TABLOLAR LİSTESİ	xvii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xxii
EKLER LİSTESİ	xxiii
 GİRİŞ	 1

**BİRİNCİ BÖLÜM
KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

1.1. TURİZM KAVRAMI	5
1.2. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	9
1.2.1. İlkçağda Turizm	9
1.2.2. Ortaçağda Turizm	10
1.2.3. Rönesans Döneminde (Yeniçağ) Turizm	11
1.2.4. Yakınçağda Turizm	12
1.3. TURİZMİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ	13
1.4. TURİSTİN TANIMI	17
1.5. TURİZM ÇEŞİTLERİ	18

1.5.1. Kitle Turizmi	21
1.5.1.1. Tatil Turizmi	23
1.5.1.2. Kıyı Turizmi	24
1.5.1.3. Tarih ve Kültür Turizmi	26
1.5.1.4. Eğence ve Kumar Turizmi	28
1.5.1.5. İş Turizmi	29
1.5.1.6. Kongre Turizmi	30
1.5.1.7. Spor Turizmi	32
1.5.1.8. İnanç Turizmi	37
1.5.2. Alternatif Turizm	38
1.5.2.1. Macera Turizmi	41
1.5.2.2. Sağlık Turizmi	42
1.5.2.3. Yat Turizmi	44
1.5.2.4. Golf Turizmi	45
1.5.2.5. Ekoturizm	47
1.5.2.6. Kırsal Turizm	52
1.5.2.7. Tarımsal Turizm	55
1.5.2.8. Tarımsal Turizm ile Kırsal Turizm Arasındaki Farklar	63

İKİNCİ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİğİ TURİZM POLİTİKASI VE TARIMSAL TURİZM

2.1. AVRUPA BİRLİğİ'NDE TURİZMİN BOYUTU	66
2.2. AVRUPA BİRLİğİ TURİZM POLİTİKASI VE TURİZME	
ETKİ EDEN FAALİYET VE DÜZENLEMELER	69
2.2.1. Avrupa Birliği Turizm Politikası	69
2.2.2. Turizme Doğrudan Etki Eden Faaliyet ve Düzenlemeler	73
2.2.2.1. Turizm Alanında Bilgi Değişimi ve Bilginin Yayılması	73
2.2.2.2. Mesleki Eğitim ve �ğretimin İyileştirilmesi	74
2.2.2.3. Bütünleştirilmiş Kalite Yönetimi	76
2.2.2.4. Turizm İşletmelerinin Güvenliği	77

2.2.2.5. Turizmde Yeni Teknolojilerin Kullanımı	79
2.2.2.6. Turist Hakları	82
2.2.2.7. Engelli Turist Hakları	86
2.2.3. Avrupa Birliği'nin Turizmi Dolaylı Etkileyen Faaliyet ve Düzenlemeleri	88
2.2.3.1. Tek Pazar	88
2.2.3.2. Ekonomik ve Parasal Birlik	89
2.2.3.3. Vergi Politikası	90
2.2.3.4. Rekabet Politikası	93
2.2.3.5. İşletme Politikası	95
2.2.3.6. Bölgesel Politika	97
2.2.3.7. Kırsal Kalkınma Politikası	99
2.2.3.8. Çevre Politikası	101
2.2.3.9. Göç Politikası	103
2.2.3.10. Ulaştırma Politikası	105
2.2.3.11. Sosyal Politika ve İstihdam	107
2.2.3.12. Kültür Politikası	109
2.3. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TARIMSAL TURİZMİN ÖNEMİ VE KIRSAL KALKINMAYA ETKİLERİ	110
2.4. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TARIMSAL İŞLETMELERİN TARIMSAL TURİZM İŞLETMELERİNE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ	119
2.5. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TARIMSAL TURİZM İŞLETMELERİ TARAFINDAN SAĞLANAN ÜRÜNLER VE HİZMETLER	120
2.6. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TARIMSAL TURİZMİN GELİŞTİRİLMESİ VE EĞİTİM İHTİYACI	125
2.7. AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ'NDE TARIMSAL TURİZMİN DESTEKLENME NEDENLERİ	130
2.7.1. Kırsal Alanlarda Sürdürülebilir Kalkınma	131
2.7.2. Tarımsal Turizmin Kırsal Alanlarda Yoksulluğun Azaltılmasına Olan Olumlu Katkısı	135
2.7.3. Kırdan Kente Göçün Durdurulması ve Azaltılması	139

2.7.4. Çiftçilere Ek Gelir Sağlaması ve Kredilerin Ödenmesine Yardımcı Olması	141
2.8. AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TARIMSAL TURİZM UYGULAMALARI	144
2.8.1. Üye Ülkelerde Tarımsal Turizm Faaliyetlerinin Finansmanı ve Avrupa Birliği Fonları	145
2.8.1.1. Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ABKF)	146
2.8.1.2. Avrupa Sosyal Fonu (ASF)	148
2.8.1.3. Kırsal Alanlar İçin Avrupa Tarımsal Fonu (KAİATF)	150
2.8.1.4. Avrupa Balıkçılık Fonu (ABF)	151
2.8.1.5. LEADER	154
2.8.2. Üye Ülkelerdeki Uygulamalar	156
2.8.2.1. İngiltere	156
2.8.2.2. İtalya	163
2.8.2.3. Macaristan	167
2.8.2.4. İspanya	170
2.8.2.5. Portekiz	174
2.8.2.6. Yunanistan	176
2.8.2.7. Polonya	179

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TARIMSAL TURİZM

3.1. TÜRKİYE'DE TURİZMİN BOYUTU	183
3.2. TÜRKİYE'NİN TURİZM POLİTİKASI	187
3.3. TURİZM İLE İLGİLİ YASAL DÜZENLEMELER	192
3.3.1. Türkiye'de Turist Hakları	194
3.3.2. Engelli Turist Hakları	197
3.4. TÜRKİYE'DE TURİZM ALANINDA VERİLEN TEŞVİKLER VE AVRUPA BİRLİĞİ FONLARI	199
3.4.1. Turizm Alanında Verilen Teşvikler	199

3.4.2. Turizm Sektörünün Yararlanabileceği Avrupa Birliği Fonları	204
3.5. TÜRKİYE’DE KIRSAL KALKINMA	210
3.5.1. Kırsal Alanların Sorunları	213
3.5.2. Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma	217
3.5.3. Bölgesel Kalkınma Ajansları	219
3.5.4. Türkiye’de Mesleki Eğitim	222
3.6. TÜRKİYE’DE KIRSAL KALKINMA İÇİN ALTERNATİF TURİZM POLİTİKALARI VE UYGULAMALARI	226
3.6.1. Eko Turizm	226
3.6.2. Kırsal Turizm	232
3.6.3. Tarımsal Turizm	236
3.6.3.1. Türkiye Açısından Tarımsal Turizmin Önemi	238
3.6.3.2. GZFT Analizi	242
3.6.3.3. Organik Tarım ve Tarımsal Turizm	244
3.6.3.4. Tarımsal Turizm Uygulamaları	248
3.6.3.4.1. Kalecik	249
3.6.3.4.2. Şirince	251
3.6.3.4.3. Karaburun	253
3.6.3.4.4. Isparta	256

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YEŞİLKÖY’ÜN SOSYO-EKONOMİK YAPISI VE TARIMSAL TURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

4.1. YEŞİLKÖY’ÜN KONUMU VE ÖZELLİKLERİ	259
4.2. YEŞİLKÖY’ÜN TURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA	263
4.2.1. Araştırmanın Amacı	263
4.2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi	264
4.2.3. Verilerin Analizi ve Araştırma Bulguları	266
4.2.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	266

4.2.3.2. Yeşilköy’ün Sosyo Ekonomik Analizi	269
4.2.3.2.1. Ankete Katılan Üreticilerin Ekonomik Durumu	269
4.2.3.2.2. Ankete Katılan Üreticilerin Mal Varlığı	273
4.2.3.2.3. Ankete Katılan Üreticilerin Tarımsal Üretim Faaliyetleri	277
4.2.3.2.4. Ankete Katılan Üreticilerin Hayvancılık Faaliyetleri	282
4.2.3.2.5. Mozaik Üretimi ve Köyün Yeterince Değerlendirilmeyen Potansiyelleri	284
4.2.3.3. Ankete Katılan Üreticilerin Çiftçilik Mesleği Hakkındaki Tutum ve Düşünceleri	287
4.2.3.4. Ankete Katılan Üreticilerin Göç Durumu	294
4.2.3.5. Ankete Katılan Üreticilerin Sosyo-Kültürel Yapısı	298
4.2.3.6. Ankete Katılan Üreticilerin Çevre Bilinci ve Çevreye Karşı Tutumu	301
4.2.3.7. Ankete Katılan Üreticilerin Tarımsal Turizme Bakışı	307
4.3. AB’DE TARIMSAL TURİZMİN DURUMU VE UYGULAMASI İLE YEŞİLKÖY ÖZELİNDE TÜRKİYE’DEKİ TARIMSAL TURİZMİN UYGULAMASININ KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZİ	330
SONUÇ	337
KAYNAKÇA	354
EKLER	409

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABF	Avrupa Balıkçılık Fonu
ABGS	Avrupa Birliği Genel Sekreterliği
ABKF	Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu
AB NUTS	Avrupa Birliği İstatistik Bölge Birimleri Terminolojisi
AIEST	Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği
ATGF	Avrupa Tarımsal Garanti Fonu
ATGYF	Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu
ASF	Avrupa Sosyal Fonu
AYB	Avrupa Yatırım Bankası
BIT	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
BK	Birleşik Krallık
KA	Bölgesel Kalkınma Ajansları
BM	Birleşmiş Milletler
CEN	Avrupa Standardizasyon Komitesi
CRM	Müşteri İlişkileri Yönetimi
ÇP	Çerçeve Programı
ÇTB	Çiftlik Tatil Bürosu
DAÇEV	Datça Çevre ve Turizm Derneği
DEFRA	Çevre, Gıda ve Kırsal İşler Bölümü
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
ECEAT	Eko-Tarımsal Turizm Avrupa Merkezi
EMA	Avrupa Akdeniz ve Asya
EPB	Ekonomik ve Parasal Birlik
EXIMBANK	Türkiye İhracat Kredi Bankası
GSM	Küresel Mobil Haberleşme Sistemi
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
GZFT	Güçlü Yönler/Zayıf Yönler/Fırsatlar/Tehditler

HORECA	Otel, Restoran ve Catering Sektörü
HUMK	Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu
ICCA	Uluslararası Toplantı ve Kongreler Birliği
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
IPA	Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı
IPARD	Kırsal Kalkınma-Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı
İKMEP	İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirilmesi Projesi
KAİATF	Kırsal Alanlar İçin Avrupa Tarımsal Fonu
KDV	Katma Değer Vergisi
KKP	Kırsal Kalkınma Planı
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KTK	Kırsal Toplum Komisyonları
LEADER	Kırsal Ekonominin Geliştirilmesine Yönelik Eylemler Arasındaki Bağlantılar
LIFE	Avrupa Birliği Çevre ve Doğayı Koruma Programı
MEDA	Akdeniz Ekonomik Kalkınma Alanı
MEGEP	Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi
METEM	Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi
ODAÜ	Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri
ODR	Bölgesel Danışma Hizmeti Merkezi
OECD	Ekonomik Kalkınma İşbirliği Örgütü
OTP	Ortak Tarım Politikası
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TIES	Uluslararası Ekoturizm Topluluğu
TUBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TUİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TUREM	Turizm Eğitim Merkezleri
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

TYD	Turizm Yatırımcıları Derneği
UKKS	Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi
UNCED	Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
WCED	Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu
WWF	Turizm ve Dünya Doğa Fonu
YEG	Yerel Eylem Grupları

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1:	Ülkeler İtibariyle Uluslararası Turist Gelişleri	s.14
Tablo 2:	Uluslararası Turizm Gelirleri	s.15
Tablo 3:	Uluslararası Turizm Harcamaları	s.16
Tablo 4:	Mavi Bayraklı Plaj Sayıları	s.25
Tablo 5:	Yabancı Ziyaretçilerin Geliş Nedenlerine Göre Dağılımı	s.28
Tablo 6:	Spor Turizmi Sınıflandırması	s.35
Tablo 7:	Mavi Bayraklı Marina Sıralaması	s.45
Tablo 8:	Batı Avrupa’da ve Türkiye’de Golf Arz ve Talep Durumları	s.47
Tablo 9:	Kırsal Turizm ile Tarımsal Turizm Arasındaki Farklar	s.65
Tablo 10:	Avrupa Bölgesi Turist Gelişleri	s.67
Tablo 11:	Uluslararası Turist Gelişleri ve Turizm Gelirleri	s.68
Tablo 12:	2009-2010 Yılları Arasında Karşılaştırmalı Olarak Tatil Amaçlı Seyahatlerin Değerlendirilmesi	s.69
Tablo 13:	Erişim Sayfaları ve Farklı Ülkelerin Payları	s.80
Tablo 14:	Turistlerin Tatil Yerini Seçme Nedenleri	s.102
Tablo 15:	AB’nde ve Seçilmiş Ülkelerde Çiftliklerde Çalışan İş gücü. (2007)	s.112
Tablo 16:	Kırsal Turizmde Sürdürülebilirliğin Göstergeleri	s.118
Tablo 17:	Tarımsal Turizm Ürün ve Hizmetlerinin Sınıflandırılması	s.122
Tablo 18:	Tarımsal Turistlerin Beklentileri	s.126
Tablo 19:	Kırsal Alanlarda Sürdürülebilirliğin Boyutları	s.132
Tablo 20:	Bazı AB Ülkelerinde Çiftliklerde Hane Gelirinin Bileşimi %	s.137
Tablo 21:	Çiftlik Turizmi Yapan Tarım İşletmelerinin Sayısı (2000-2005)	s.143
Tablo 22:	Turizmin GSYİH İçindeki Payı ve İhracata Oranı	s.183
Tablo 23:	Turist Sayısı ve Turizm Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı	s.184
Tablo 24:	Yabancı Ziyaretçilerin Geliş Nedenlerine Göre Dağılımı	s.186
Tablo 25:	Turizm Sektöründe Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Teşvik Unsurları	s.202

Tablo 26:	(2007-2010) Döneminde Türkiye'nin IPARD Kapsamında Aldığı Fon	s.206
Tablo 27:	Yedinci Çerçeve Programı Katkı Payları	s.209
Tablo 28:	Köy ve Şehir Nüfuslarının Dağılımı (1970-2009)	s.213
Tablo 29:	Kent ve Kırsal Kesimde Yoksul Fert Oranları	s.214
Tablo 30:	Temel İşgücü Göstergeleri	s.215
Tablo 31:	2010-2011 Öğretim Yılı (Turizm) Okul ve Öğrenci Sayıları	s.224
Tablo 32:	Yaşamboyu Öğrenime Katılanlar (25-64 Yaş Arasındaki Nüfusun Yüzdesi)	s.225
Tablo 33:	Türkiye'deki Korunan Alanlar	s.229
Tablo 34:	Kırsal Alanlarda Tarımsal Turizm GZFT Analizi	s.242
Tablo 35:	Türkiye'de Organik Tarımsal Üretim	s.245
Tablo 36:	Yıllara Göre Organik Ürün İhracatı	s.246
Tablo 37:	Ankete Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	s.266
Tablo 38:	Ankete Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı	s.267
Tablo 39:	Ankete Katılanların Öğrenim Durumu İtibariyle Dağılımı	s.267
Tablo 40:	Cinsiyet ile Öğrenim Durumu Arasındaki İlişki	s.268
Tablo 41:	Hanedeki Kişi Sayısı	s.269
Tablo 42:	Ankete Katılanların Yaş Gruplarına Göre Yıllık Ortalama Gelirleri	s.270
Tablo 43:	Ankete Katılanların Tarım Dışındaki Gelir Kaynakları	s.271
Tablo 44:	Hane Geliri İçinde Tarımdan Elde Edilen Gelirin Payı	s.272
Tablo 45:	Ankete Katılanların Sosyal Güvence Durumları	s.273
Tablo 46:	Ankete Katılanların Yaşadıkları Evin Mülkiyet Durumu	s.273
Tablo 47:	Köydeki Konutların Kat Sayısı	s.274
Tablo 48:	Köy Halkının Sahip Olduğu Motorlu Araç ve Donanımlar	s.274
Tablo 49:	Arazi Büyüklüğü	s.275
Tablo 50:	Arazilerin Parsel Sayısı	s.275
Tablo 51:	Arazi Büyüklükleri İle Bölünme Durumu Arasındaki İlişki	s.276
Tablo 52:	Köyde Üretilen Ürünler	s.277
Tablo 53:	Köyde Üretilen Ürünlerin Üretim Miktarları	s.278
Tablo 54:	Satılan Ürün Miktarı	s.278

Tablo 55:	Arazi Büyüklüğü ile Satılan Ürün Miktarı Arasındaki İlişki	s.279
Tablo 56:	Ürünlerin Satış Biçimi	s.280
Tablo 57:	Ankete Katılan Üreticilerin Yeşilköy'deki Sulama Suyu Miktarı Hakkındaki Düşünceleri	s.281
Tablo 58:	Ankete Katılan Üreticilerin Gübre ve Tarımsal İlaç Kullanım Durumları	s.281
Tablo 59:	Yeşilköy'deki Organik Tarım Faaliyetleri	s.282
Tablo 60:	Ankete Katılan Üreticilerin Hayvancılıkla Uğraşma Durumu	s.283
Tablo 61:	Yetiştirilen Hayvan Türleri	s.283
Tablo 62:	Ankete Katılan Üreticilerin Mozaik Üretimi Yapma Durumları	s.284
Tablo 63:	Ankete Katılan Üreticilerin Yeşilköy'ün Yeterince Değerlendirilemeyen Potansiyelleri Olarak Belirttikleri Faaliyetler	s.285
Tablo 64:	Köyün Yeterince Değerlendirilmeyen Potansiyelleri ve Yaş Grupları Arasındaki İlişki	s.286
Tablo 65:	Ankete Katılan Üreticilerin Tarımsal Faaliyetleri (Gelirleri) Etkilediğini Düşündükleri Faktörler ve Etkileme Düzeyleri	s.289
Tablo 66:	Ankete Katılan Üreticilerin Tarımsal Üretimi (Gelirleri) Etkilediğini Belirttikleri Faktörlere Karşı Almayı Düşündükleri Önlemler	s.291
Tablo 67:	Tarımsal Faaliyetleri ve Gelirleri Etkileyen Faktörlere Karşı Alınması Gereken Önlemler ve Eğitim Düzeyi Arasındaki İlişki	s.293
Tablo 68:	Ankete Katılan Üreticilerin Ailelerinin Kente Göç Etme Durumu	s.294
Tablo 69:	Ankete Katılan Üreticilerin Kente Göç Eden Yakınlarına Yardım Etme Durumu	s.295
Tablo 70:	Ankete Katılan Üreticilerin Kente Göç Eden Yakınlarından Yardım Alma Durumu	s.295
Tablo 71:	Kente Göç Edenlerin Köye Gelme Sıklıkları	s.296
Tablo 72:	Yeşilköy'de Genç Nüfusun Köyde Kalma Durumu	s.296
Tablo 73:	Ankete Katılan Üreticilerin Köyde Yaşamayı İsteme Oranı	s.297
Tablo 74:	Yeşilköy'de Yabancı Dil Bilme Durumu	s.298

Tablo 75:	Araştırmaya Katılanların Gazete Okuma Alışkanlığı	s.299
Tablo 76:	Araştırmaya Katılanların Gazeteyi Okuduğu Mekan	s.299
Tablo 77:	Araştırmaya Katılanların İzledikleri Televizyon Kanalları	s.300
Tablo 78:	Araştırmaya Katılanların İzledikleri Televizyon Programları	s.300
Tablo 79:	Çevre Bilinciyle Gelir Düzeyi Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)	s.303
Tablo 80:	Çevre Bilinciyle Yaş Grupları Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)	s.303
Tablo 81:	Ortalama Çevre Bilincinin Yaş Grupları Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri	s.304
Tablo 82:	Ortalama Çevre Bilinci ve Yaş Grupları Çoklu Karşılaştırmaları	s.305
Tablo 83:	Çevre Bilinciyle Eğitim Düzeyi Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)	s.306
Tablo 84:	Gıda ve Hasat Festivallerine İlişkin Düşünceler	s.307
Tablo 85:	Ankete Katılan Üreticilerin Günübirlik Turist Ziyaretlerine İlişkin Düşünceleri	s.308
Tablo 86:	Ankete Katılan Üreticilerin Konaklamalı Turist Ziyaretlerine İlişkin Düşünceleri	s.308
Tablo 87:	Köye Gelen Ziyaretçilere Kahvaltı Sunma Konusundaki Düşünceler	s.309
Tablo 88:	Köye Gelen Ziyaretçilere Öğle ve Akşam Yemekleri Sunma Konusundaki Düşünceler	s.310
Tablo 89:	Köye Gelen Ziyaretçilere Piknik Alanı Kurma Konusundaki Düşünceler	s.310
Tablo 90:	Arazi Büyüklüğü ve Piknik Alanı Kurma Arasındaki İlişki	s.311
Tablo 91:	Köye Gelen Ziyaretçilere Çadırılı Kamp Alanı Kurma Konusundaki Düşünceler	s.312
Tablo 92:	Köye Gelen Ziyaretçilere Bağ Evi Kurma Konusundaki Düşünceler	s.313
Tablo 93:	Köye Gelen Ziyaretçilere Ev Pansiyonculuğu Yapma Konusundaki Düşünceler	s.314
Tablo 94:	Ankete Katılan Üreticilerin Motel Kurup İşletmek Konusundaki Düşünceleri	s.315

Tablo 95:	Ankete Katılan Üreticilerin Ürünlerin Turistlerce Toplanıp/ Satın Alınması	s.315
Tablo 96:	Ankete Katılan Üreticilerin Turistlere Arazi Kiralama Konusundaki Düşünceleri	s.316
Tablo 97:	Ankete Katılan Üreticilerin Turistlere Kiralanan Arazide Çalışmayı İsteme Durumu	s.316
Tablo 98:	Yaş Düzeyi ile Tarımsal Turizme verilen Destek Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)	s.318
Tablo 99:	Yaş Düzeyi ile Turizm Hizmetleri Verme İsteği Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)	s.319
Tablo 100:	Grup İstatistikleri	s.320
Tablo 101:	Ailedeki Birey Sayısı ile Tarımsal Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)	s.321
Tablo 102:	Ailedeki Birey Sayısı ile Turizm Hizmetleri Verme İsteği Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)	s.321
Tablo 103:	Evin Tipi ile Ev Pansiyonculuğu Yapma İsteği Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)	s.322
Tablo 104:	Çevre Bilinci ve Çevreye Karşı Tutumlar ile Tarımsal Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)	s.323
Tablo 105:	Çevre Bilinci ve Çevreye Karşı Tutumlar ile Turizm Hizmetleri Verme İstekleri Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)	s.324
Tablo 106:	Gelir Düzeyi ile Tarımsal Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)	s.326
Tablo 107:	Gelir Düzeyi ile Turizm Hizmetleri Verme İsteği Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)	s.325
Tablo 108:	Çiftçilikten Memnuniyet Düzeyi ile Tarımsal Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)	s.327
Tablo 109:	Çiftçilikten Memnuniyet Düzeyi ile Turizm Hizmetleri Verme İsteği Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)	s.327
Tablo 110:	Hipotez Testlerinin Genel Sonuçları	s.328
Tablo 111:	Yeşilköy Tarımsal Turizminin GZFT Analizi	s.336

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1:	Dünyadaki Turist Akışının Bölgesel Dağılımı	s.16
Şekil 2:	Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm	s.20
Şekil 3:	Ekoturizmin “Hard” ve “Soft” Boyutları	s.50
Şekil 4:	Tarımsal Turizm Tipolojisi	s.59
Şekil 5:	Tarımsal Turizmin Fonksiyonları	s.62
Şekil 6:	Tarımsal Turizmin Diğer Turizm Çeşitleri İçindeki Yeri	s.64
Şekil 7:	Sürdürülebilir Turizm	s.116
Şekil 8:	Yeşilköy ve Cumalı Köylerinin Uydudan Görünümü	s.259
Şekil 9:	Yeşilköy ve Cumalı Köylerinin Ulaşımı	s.260
Şekil 10:	Yeşilköy ve Cumalı Köylerinin Topoğrafik Harita	s.261
Şekil 11:	Tarım Dışında Geliri Olmayan Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	s.271

EKLER LİSTESİ

EK 1 Yeşilköy'ün Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Tarımsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde Yararlanılan Anket Formu

EK 2 Yeşilköy ve Cumalı Köyü Resimleri

EK 3 Yeşilköy'de Üretilen Mozaik Eserleri

GİRİŞ

Günümüzde turizm, gerek katılımcı kişi sayısı bakımından ve gerekse yarattığı ekonomik değer açısından, tüm dünyada en hızlı büyüyen sektörlerden biri durumuna gelmiştir. Turizmin ekonomik kalkınmaya olan katkısının yanı sıra, ülkeler arasında sosyal ve kültürel bütünleşme, işbirliği ve barışa da hizmet etmesi önemini daha da artırmaktadır. Türkiye zengin kültürel değerleri, uygarlıklar beşiği olması, doğal güzellikleri, kırsal alanları ve dört mevsimin yaşandığı bir coğrafyada olması nedeniyle büyüyen turizm ekonomisinden daha fazla pay alabilecek bir konumdadır.

Turizme katılan tüketicilerin eğilimi de giderek değişme göstermektedir. Güneş, kum ve deniz olgularının ağırlık kazandığı kitle turizmi yerine, insanlar alışılmışın dışına çıkarak yeni arayışlara yönelmekte ve alternatif turizm türlerine olan ilgileri her geçen gün artmaktadır. Dünya nüfusunun artması, sanayileşme sonucu kentlerde yoğunlaşması ve kentleşmenin neden olduğu tekdüze yaşam, kırsal alanlarda tatile olan ilgiyi de artırmaktadır. Tarım ya da çiftlik yaşamı ile ilgisi olmayan insanların kent yaşamının yoğun ve rutin koşullarından kısa bir süre için bile olsa uzaklaşarak bir çiftlikte dinlenmek istemesi, doğal taze meyva ve sebzeyi ve hayvansal ürünleri tüketmesi, doğayla temas etmesi, çiftlik hayatını, yapılan günlük işleri ve tarımsal üretimi deneyimlemek ve öğrenmek istemesi tarımsal turizmin gelişmesinde en önemli güdü olarak ortaya çıkmaktadır.

Birçok Avrupa Birliği (AB) ülkesinde tatillerde kırsal alanlardaki akrabaları ziyaret ederek tatil yapmak eski bir olgu olarak görülmekle birlikte, bunun ticarileştirilerek bir turizm faaliyetine dönüştürülmesi oldukça yenidir. Tarımsal faaliyet kırsal alanlarda hala en önemli sektör olmakla birlikte, ekonomik ve sosyal koşulların bozulması ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesinde ve turizmin yaygınlaşmasında önemli rol oynamaktadır. Kırsal turizmin bir alt dalı olarak görülen tarımsal turizmle, bir yandan yeni gelir kaynakları yaratılarak kırsal kalkınma sağlanırken, diğer yandan da tarım alanlarının, tarımsal kültür ve geleneklerinin korunması mümkün olmaktadır. Böylece tarım alanları korunarak,

doğal kaynakların gelecek kuşaklara aktarılması sağlanmakta ve “sürdürülebilir kırsal kalkınma” olgusunun gerekleri de yerine getirilmiş olmaktadır.

Tarımsal turizm günümüzde birçok Avrupa Birliği ülkesinde dinamik bir sektör haline gelmiştir. Turizmdeki eğilimlerin değişmesinden yararlanarak, tarım ve turizm birlikte ele alınmakta, benzer çabaları gösteren bu iki sektör birbirine bağlanarak, çift yönlü yarar sağlanmaktadır. Çok fonksiyonlu tarım işletmelerinin geliştirilmesi AB ve ulusal politikalar tarafından teşvik edilmekte ve desteklenmektedir. AB üyesi ülkelere göre değişmekle birlikte genel olarak, bu tezin arka planında; tarım sektörünün büyük bir baskı altında olması, tarım işletmelerinin sayılarının azalması, tarım alanlarının azalması, modern tarım yöntemlerinin kültürel mirası yok etmesi ve kirlenmeye yol açması sonucu değişime uğraması, istihdam olanaklarının azalması, işsizliğin artması ve kırsal alanların nüfusunun azalması v.b. nedenler bulunmaktadır. Tarım ve turizm arasındaki bu ortaklık, gıda üretiminin yanı sıra, kültürel miras, bio-çeşitlilik, kırsal toplum yaşamı, dinlenme olanaklarının sağlanması gibi “tarım işletmelerinin çok fonksiyonlu ekonomik kalkınması” olgusu üzerinde yoğunlaşılmasına yol açmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı; Avrupa Birliği’ndeki tarımsal turizm uygulamalarını, kırsal alanların kalkınmasına etkilerini ve AB’nin bu politikaları destekleme nedenlerini analiz ederek, bu uygulamalar çerçevesinde Türkiye’nin tarımsal turizm potansiyelini “Yeşilköy Örneği” özelinde irdelemektir. Çalışma, öncelikle AB’ndeki yasal düzenlemeler, tarımsal turizmi ilgilendiren politikalar ve tarımsal turizm uygulamaları çerçevesinde Türkiye’nin tarımsal turizm potansiyelini bazı yörelerdeki uygulamaları irdeleyerek ortaya koymaya çalışmakta ve daha sonra Yeşilköy’de yöre halkının tarımsal turizme olan ilgi düzeyini ve tarımsal turizm kapasitesini ölçmeye çalışmaktadır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kavramsal çerçeveyi çizmek amacıyla turizmle ilgili temel kavramlara yer verilmektedir. Turizmin tarihsel gelişimi, turizm kavramı, turizmin ekonomideki yeri ve önemi, turistin tanımı ve turizm çeşitleri ele alınmaktadır. Literatürde turizmin farklı şekillerde

sınıflandırılmakta olduğu gör÷lmektedir. Bu çalışmada turizm, kitle turizmi ve alternatif turizm olarak iki ana grupta sınıflandırılmıştır. Bir çok çalışmada alternatif turizmin içeriğine giren t÷rlerin değiştiği gör÷lmektedir. Bu nedenle yerli ve yabancı literat÷r incelenerek, bu bilgilerin ışığında kitle turizmi ve alternatif turizm sınıflandırılmakta, diğer alternatif turizm t÷rleriyle birlikte özellikle ekoturizm, kırsal turizm ve tarımsal turizm kavramları incelenmekte ve kırsal turizm ile tarımsal turizm arasındaki farklar ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Çalışmanın ikinci b÷l÷m÷ Avrupa Birliği'ndeki tarımsal turizmle ilgili gelişmelere odaklanmaktadır. Bu amaçla Avrupa Birliği'nde turizmin boyutu incelenmekte ve turizmi doğrudan ve dolaylı olarak etkileyen faaliyet ve d÷zenlemelere yer verilmektedir. AB'nde tarımsal turizm işletmeleri tarafından sağlanan hizmetler, tarımsal turizmde eğitim ihtiyacı ve tarımsal turizmin desteklenme nedenleri irdelenmekte, AB'nin bu faaliyetleri desteklemek için oluşturduğu fonlar ve İngiltere, İtalya, Macaristan, İspanya, Portekiz, Yunanistan ve Polonya gibi tarımsal turizm uygulamalarının en yoğun olduğu AB ÷lkelerindeki uygulamalar incelenmektedir.

Çalışmanın üç÷nc÷ b÷l÷m÷nde ise, Türkiye'de tarımsal turizmin potansiyeli irdelenmektedir. Öncelikle turizmin boyutu, turizm politikası, AB m÷ktesebatı doğrultusunda Türkiye'de yapılan yasal d÷zenlemeler ve kırsal kalkınma incelendikten sonra, kısaca Türkiye'de alternatif turizm t÷rlerinden olan ekoturizm ve kırsal turizm uygulamalarına değinilmekte ve sonra tarımsal turizm incelenmektedir. Türkiye açısından tarımsal turizmin önemi ve Türkiye'ye kazandıracakları değerlendirilerek, tarımsal turizm açısından GZFT analizi yapılmıştır. Türkiye'de tarımsal turizm uygulamalarının en başarılı örneklerinden olan Ankara-Kalecik, İzmir-şirince, İzmir-Karaburun ve Isparta'daki uygulamalar Türkiye'nin tarımsal turizm potansiyeli açısından incelenmektedir.

Son b÷l÷m araştırma b÷l÷m÷dür. Bu b÷l÷mde öncelikle sahada anket çalışması yapılan Yeşilköy'ün konumu ve özellikleri ortaya konulmuş, daha sonra köyde uygulanan anket sonucu elde edilen veriler SPSS 16.0 programında

değerlendirilerek yorumlanmıştır. Bu bölümde son olarak AB’de tarımsal turizmin durumu ve uygulaması ile Yeşilköy özelinde Türkiye’deki tarımsal turizm uygulamasının karşılaştırmalı bir analizi yapılmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. TURİZM KAVRAMI

İlk kez 19. yüzyılın başlarında kullanılmaya başlanan turizm kavramının Latince de dönmek, etrafını dolaşmak, geri dönmek anlamına gelen “tornus” kökünden türetildiği söylenmektedir. Günümüzde kullanılan “tour”, “touring”, “tourner”, “tornistan” kavramları da bu sözcükten türetilmiştir. “Tour (tur)” devir, dolaşma, başlangıç yerine geri dönmek şartıyla yapılan kısa veya uzun süreli seyahatleri dile getirmektedir. “Touring (turin) deyimi ise, zevk için yapılan eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılmaktadır. “Tourner” dönmek ve döndürmek anlamına gelir¹. Aynı köke dayanan “tornistan” sözcüğü ise geri dönmek, ters yüz etmek, içini dışına çevirmek anlamlarında dilimizde kullanılmaktadır².

Görüldüğü gibi, turizm kavramının anlamını açıklarken, dikkat edilecek ilk husus, hareket ve geri dönüş olayıdır. Yani turizm faaliyetinde sürekli kalış şekline dönüşmeyen bir gezme, gidilen yerde geçici bir kalış ve sonra ikamet yerine dönüş söz konusudur³.

Literatürde turizm genellikle şu unsurlarla ilgili olarak görülmektedir:⁴

- Bir kimsenin yaşadığı yerden 24 saatliğine seyahat etmesi,
- Bir kimsenin boş zamanını seyahat etmek ve tatil yapmak için kullanması,
- İş için seyahat etmek.

¹ Mehmet Özdemir, **Turizm Nedir?: Kitap Özetleri**, TC. Turizm Bankası A.Ş., Araştırma ve Eğitim Başkanlığı Dizisi:1, Ankara, s.12.

² Orhan Mesut Sezgin, **Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**, Detay Yayıncılık, Ankara 2001, s.13.

³ Öcal Usta, **Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım**, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti. Ankara 2008, s.1.

⁴ Stephen Page ve Joanna Connell, **Tourism : a modern synthesis**, 2.b., Cengage Learning EMEA,2006, s.4.

“Turizm kavramını tanımlamanın zorluğu literatürde yazarların hemfikir oldukları bir tanımın bulunmamasından kaynaklanmaktadır”⁵. Bu durum turizmin zaman içinde toplumsal gelişmeye paralel olarak değişip, gelişme göstermesiyle ilgilidir. Turizm önceleri ekonomik boyutuyla ele alınmış, ancak zaman içinde sadece ekonomik bir faaliyet olmayıp, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik boyutları da ortaya çıkınca tanımlar da farklılaşmaya başlamıştır. Öte yandan, her yazar turizmi farklı bir açıdan ele alıp, inceleme alanına uygun olarak farklı bir tanım geliştirmektedir. “Örneğin ekonomistler turizmi bir “endüstri” ya da “ekonomik faaliyet” olarak görürken, pazarlamacılar “pazar” olarak görmekte, çevrebilimciler turizmin çevresel etkileri üzerinde durmakta, toplum bilimciler de turizmin “insan davranışları” yönünü ana faktör olarak ele almaktadır”⁶.

McIntosh ve Goldner turizmi ekonomik açıdan ele alıp, bir devletin ya da eyaletin sınırları içinde ya da ülkeler arasında turistlerin harcamalarının toplam tutarı olarak görmekte ve bu faaliyete katılan çeşitli taraflar/gruplar açısından tanımlamaktadır. Turizm faaliyetinde yer alan taraflar şunlardır:⁷

- 1) *Turistler*: Turistler maddi ve manevi deneyim ve tatmin ararlar. Bu da büyük ölçüde seyahat edilen yere ve burada yapılan faaliyetlere bağlıdır.
- 2) *Turistlere mal ve hizmet sağlayan işletmeler*: İşadamları turizme, turistlerin talep ettikleri mal ve hizmetleri sunarak kar yapma fırsatı olarak bakarlar.
- 3) *Ev sahibi ülke yönetimi*: Politikacılar turizmi ekonomik zenginlik olarak görürler ve vatandaşlarının bu faaliyetten kazandıkları gelirle ilgilidirler. Onlar için turistlerin doğrudan ya da dolaylı harcamalarından toplanan vergilerin yanı sıra uluslar arası turizmden sağlanan döviz miktarı önemlidir.

⁵ Robert Christie Mill, **Tourism The International Business**, Prentice-Hall International Editions, Singapore, 1990,s.17.

⁶ Orhan İçöz, **Turizm Ekonomisi**, 3.b., Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara 2005,s.2.

⁷ Robert W. McIntosh ve Charles R. Goldner, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, 6.b., John Wiley and Sons., Inc., NewYork 1990, s.4.

- 4) *Yerel toplum*: Yerel halk genellikle turizme kültürel ve iş olanakları açısından yaklaşır. Bu grup özellikle yerel halk ile çok sayıdaki uluslararası turist arasındaki etkileşim açısından önemlidir. Bu etkileşim yararlı veya zararlı ya da her ikisi de olabilir.

Bu grupların varlığı dikkate alınarak turizmin tanımı şu şekilde yapılmaktadır: “*Turizm, turistleri ve diğer misafirleri çekme ve ağırlama sürecinde, turistlerin, mal ve hizmet sunanların, hükümetlerin ve yerel toplumların etkileşimlerinden doğan faaliyetler ve ilişkiler sürecidir*”⁸.

Lundberg ve diğerleri turizmi yine ekonomik bir yaklaşımla “*iş ya da zevk için evlerinden uzakta olan insanların yarattığı bir faaliyet*” olarak görmekte, seyahat sırasında mal ve hizmet sunumu sonucunda ortaya çıkan tüm masrafları içerdiğini ifade etmektedir. “*Turizm, hava ve deniz yolu işletmeleri, demir yolları, kiralık araba acenteleri, seyahat pazarlaması, konaklama işletmeleri, restoranlar, toplantı merkezleri, ticari kamp yerleri, perakendeci mağazalar, marketler ve benzin istasyonları gibi bir kısmı büyük ama çoğunluğu küçük ölçekli olan sayısız işletmeden oluşan bir bütün olarak görülmektedir*”⁹.

Turizmin sözlüklerdeki tanımlarına bakıldığında ise daha dar olarak ele alındığı görülmektedir. Örneğin Webster sözlüğü turizmi dinlenme amaçlı seyahat ile sınırlandırmaya devam etmektedir ve şu tanımları vermektedir: “*Turistlerin yönetiminin rehberliği*”, “*gezi faaliyetlerinin geliştirilmesi ya da teşvik edilmesi*” ve “*turistler için konaklama faaliyetlerinin sağlanması*”¹⁰.

Turizme sosyolojik açıdan yaklaşanların tanımlarında ise onun gelir getirici özelliği ile kendine bağlı alt sektörleri de besleyen büyük bir endüstri olarak tanımlamaktan çok, insanların ortak yaşamlarının sonucu olarak toplumda ve sosyal

⁸ Charles R.Goeldner ve J.R. Brent Ritchie, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, John Wiley and Sons., Inc., NewYork 2005, s.5., McIntosh, s.4.

²³Donald E. Lundberg, M.H. Stavenga ve M. Crishnamoorthy, **Tourism Economics**, John Wiley and Sons. Inc., NewYork 1995,s.5.

¹⁰ Lundberg, s.5.

kurumlarda ortaya çıkan etkileşimler ve insan ilişkileri ele alınmaktadır. Sosyologlara göre, “turizmin özünde mekân değişikliği vardır. Toplumsal hareketlilik, toplumsal oluşumların (grup, kitle, örgüt v.d.) yer değişimidir. Bu toplumsal hareketin niteliği ve niceliği toplumların yapısına ve zamanına bağlı olarak çeşitlilik ve değişiklik arz eder”¹¹.

Bu yaklaşıma göre, “turizm” adı altında, bir dizi ülke, birbirlerinin yurttaşları ile bir tür yaşam kesiti takası yapmaktadır. Diğer bir deyişle, turist çeken ülkedeki kamu ve özel sektör örgütleri bir arada yabancı bir ülkede yaşayan potansiyel turiste bir yaşam kesiti sunmakta ve kendi yaşam tarzını ona sunulanla belirgin bir süre için değiştirmesini önermektedir¹².

Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği (AIEST)’nin literatürde yaygın olarak kabul edilen tanımına göre turizm; kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla, yabancıların bir yere seyahatleri ve konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümüdür¹³.

Tüm bu tanımlamalardan yola çıkarak daha kapsamlı bir tanımla kanımızca şu şekilde yapmak mümkündür: *Turizm; insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerler dışına yerleşmemek ve kazanç sağlamak amacıyla çalışmamak koşuluyla dinlenme, eğlenme, merak, macera, kültür, spor, sağlık, iş, din v.b. nedenlerle kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, konaklamalardan ve turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmelerinden doğan iş ve ilişkiler bütünüdür.*

Yukarıdaki tanımda da açıkça belirtildiği gibi, turizm, sürekli yaşanan yerin dışına yapılan geçici seyahatlerdir. Seyahat, turistin gereksinimlerine ve beklentilerine bağlı olarak çok farklı amaçlarla gerçekleştirilebilir ki, bu durum aşağıdaki kısımda açıklanacak olan turizm çeşitlerini ortaya çıkarmaktadır. Seyahat

¹¹ Cevdet Avcıkurt, **Turizm Sosyolojisi:turist-Yerel Halk Etkileşimi**, 2.b., Detay Yayıncılık, Ankara 2007, s.10., Ece Enis Erdem, **Turizm Sosyolojisi Rehberlik Kursları Ders Notları**, Antalya 1987, s.11.

¹² Hasan Tekeli, **Turizm Pazarlaması ve Planlaması**, Detay Yayıncılık, Ankara 2001, s.3.

¹³ Barutçugil, s.15, Tunç ve Saç, s.15.

eden ve konaklayan kişiler turizm işletmeleri tarafından sunulan çeşitli mal ve hizmetleri talep ederler. Dolayısıyla turizm sadece seyahat etme ve konaklamadan ibaret olmayıp, aynı zamanda turistlerin ihtiyaç duydukları mal ve hizmetlerin tedarikini gerektirmekte ve diğer iş kollarının da ortak faaliyet göstermesine yol açarak, topyekûn endüstrinin gelişmesini sağlamaktadır.

1.2. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Temelinde *sürekli yaşadıkları yerlerden başka bir yere kısa süreli seyahat*¹⁴ olgusunu bulundurduğu düşünüldüğünde, turizmin tarihsel gelişiminin ilk çağlara kadar uzandığı görülür. Turizmin tarihsel gelişimi başlıca dört dönemde ele alınabilir.

1.2.1. İlkçağda Turizm

İlk çağlara ilişkin yazıtlar, kitabeler, folklorik hikâyeler v.b. kaynaklardan elde edilen bilgiler *seyahat* olgusunun M.Ö. 4000 yıllarında Sümerler ile başladığını göstermektedir. “Tarihte yazıyı ve tekerleği bularak medeniyete önemli katkı yapan Sümerler, bunları Mısır’dan ve Hindistan’dan getirdikleri malların ticaretinde de kullanarak aynı zamanda ilk turizm faaliyetlerinin gelişmesine de öncülük etmişlerdir”¹⁵.

Finikelilerin de bugünkü anlamda denizyolu taşımacılığının ilk öncüleri olduğu söylenebilir. M.Ö. 2000 yıllarında Akdeniz’de Kuzey Afrika, Sicilya ve İspanya arasındaki ticari amaçlı seyahatleri ile bilgi ve kültür değişimini sağlayarak ticaret merkezlerini oluşturmuşlardır. “Eski Yunan’da M.Ö. 700 yıllarında başlayan Olimpiyat Oyunlarına katılmak veya izlemek amacıyla yapılan ilk seyahatler bugünkü spor turizminin başlangıcı sayılmaktadır”¹⁶. “Anadolu’da Efes Demokratik Şehir Devleti’nin M.Ö. 334 yılında kurulmasından başlayarak yoğun bir ilgi çektiği

¹⁴ Susan Horner ve John Swarbrook , **Marketing Tourism Hospitality and Leissure in Europe**, International Thompson Business Pres, Oxford 1996, s.33.

¹⁵ David L. Edgell ve diğerleri, **Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow**, Elsevier Inc., Oxford UK 2008, s.38.

¹⁶ İsmet Sabit Barutçugil, **Turizm İşletmeciliği**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 1989, s.40.

ve yalnızca bir tek mevsimde 700.000 kişi tarafından ziyaret edildiği bilinmektedir”¹⁷.

Roma döneminde insanları seyahate iten temel nedenler beş faktöre dayalı olarak açıklanmaktadır¹⁸:

- Büyük bir orta sınıfın gelişmesine yol açan ticareti özendirmek,
- Seyahati finanse etmek için tüm gezginlerin Roma parasını taşımaları zorunluluğu,
- Ulaşım yollarının (kara ve deniz) mükemmel olması,
- Yunan ve Latin dillerinin asal diller olması nedeniyle iletişimin kolay olması,
- Gezginin güvenliğini sağlayan yasal sistemin ve mahkemelerin mevcut olmasıdır.

İlk çağlarda en çok seyahat eden insanların eski Romalılar olması şaşırtıcı değildir. Gelir düzeyindeki elverişli durumları Romalıları seyahate yöneltmiştir. Söz konusu dönemde Roma imparatorluğunun genişliği de bu konuda önemli rol oynamıştır¹⁹.

Romalılar Mısır (özelikle Piramitler), Yunanistan, Anadolu ve Doğu Akdeniz bölgelerindeki tapınaklar ve uygarlık anıtlarını merak ediyor, bu bölgeleri görmeye gidiyorlardı. Ayrıca olimpiyat oyunları, gladyatörlerin ölümüne dövüşleri, festival, sportif ve sanatsal etkinlikler ilgilerini çekiyordu. Hastalıklara iyi geldiğine inanılan şifalı sular ve kaplıca çevrelerinde hamamlar ve benzeri tesisler inşa ederek bugünkü sağlık turizminin de ilk öncüleri olmuşlardır.

1.2.2. Ortaçağda Turizm

Ortaçağda Roma İmparatorluğu’nun çöküşü ile Avrupa en karanlık dönemlerini yaşamaya başlamış, din adamlarının baskısı ile yer değiştirmeler

¹⁷ Barutçugil, s.40.

¹⁸ Robert Christie Mill ve Alastair M. Morrison, **The Tourism System: An Introductory Text**, 2 b., Prentice-Hall International Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 1992, s.2.

¹⁹ Hasan Olalı ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir1988, s.50.

azalmış, zevk amaçlı seyahatler yerine daha çok dini amaçlı turizm hareketleri ortaya çıkmıştır. Bu dönemin en önemli seyahatleri Avrupa'dan başlayarak Ortadoğu'ya doğru yapılan Haçlı Seferleri olmuştur. Kıtalar arasında yapılan Haçlı Seferleri'nin turizm üzerindeki en önemli etkisi daha sonra yaygınlaşacak olan dinsel amaçlı turizm hareketlerine öncülük etmesidir. Ayrıca Haçlı Seferleri sonunda anlatılan ve yazılanlar, insanlarda merak uyandırmış, farklı kültürlere ve zenginliklere sahip bu bölgeleri gezip görme isteğini artırmıştır.

Ortaçağ turizminin en önemli gezgini doğuya doğru yaptığı uzun yıllar süren seyahati ile Marco Polo'dur. "1254-1324 yılları arasında yaşamış olan Marco Polo, hiçbir ticari ve askeri amacı olmadan ve sadece diğer ülke ve insanları tanımak amacıyla İtalya'nın Venedik Kentinden yola çıkarak 4 yılda Çin'e kadar gitmiş ve orada 16 yıl yaşayıp, tekrar 4 yılda Venedik'e dönmüştür"²⁰. Aynı çağda yaşayan Müslüman dünyasının önemli bir gezgini de İbn Batuta'dır.

Ortaçağda dikkat çeken bir başka gelişme de kıtalararası ticarettir. İpek yolu üzerinde yapılan bu ticaret ve bundan kaynaklanan ilişkiler, Batı Avrupa'yı Ortadoğu-İran üzerinden geçerek Hindistan ve Çin'e bağlamıştır. İlkçağ döneminde Roma İmparatorluğu'nun sınırlarını aşamayan seyahatler, ortaçağda kıtalararası bir boyut kazanmıştır²¹.

1.2.3. Rönesans Döneminde (Yeniçağ) Turizm

Ortaçağın teokratik, tutucu ve otoriter anlayışına karşı bir tepki olarak ortaya çıkan Rönesans ile birlikte güzel sanatlarda ve bilimde yaşanan gelişmeler, yeni merkezlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Floransa, Roma ve Paris bilim ve sanat merkezleri olarak önem kazanmıştır²².

²⁰ Ömer Akat, **Turizm İşletmeciliği**, Motif Matbaası, İstanbul 2000, s.9.

²¹ Orhan İçöz ve diğerleri, **Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler**, Turhan Kitabevi, Ankara 2007, s.25.

²² Azize Tunç ve Firuzan Saç, **Genel Turizm: Gelişimi-Geleceği**, Detay Yayınevi, Ankara 1998, s.11.

İtalya’da başlayan Rönesans hareketi diğer Avrupa ülkelerine de yayılmış, bu ülkedeki sanat eserlerini görmek için Avrupa’nın farklı ülkelerinden çok sayıda insan İtalya’yı ziyaret etmiştir. Merak duygusuyla başlayan gezip görme ve öğrenme isteği daha sonra Paris, Atina gibi Avrupa’nın önemli sanat merkezlerini de kapsayarak gezmek amaçlı seyahat olgusu gelişmeye başlamıştır.

Yeniden doğuş anlamına gelen Rönesans’la birlikte bilimde, sanatta ve dinsel inanışlarda ortaya çıkan değişimler, yeni arayışlara da yol açmıştır. Bu arayışlar, dünyanın etrafının dolaşılmasını, Amerika kıtasının bulunmasını, bilinmeyen uzak yerlere ilgi ve merak duyulmasını sağlamıştır. Bu dönemin ünlü denizcilerinden olan Portekizli Vasco de Gama gemi ile Hindistan’a kadar gitmiş, Christopher Colombus 1492 yılında Amerika’yı keşfetmiş, 1519 yılında yine Portekizli olan Macellan dünyayı dolaşmıştır. Çağın bu önemli olayları ve keşifleri bir yandan bilimde ilerlemeyi sağlarken diğer yandan da insanların seyahat etme arzusunu geliştirmiştir. Bu dönemde Osmanlı Topraklarında Türk Tarihinin en önemli gezgini olan Evliya Çelebi (1611-1682) yaşamış ve Türk edebiyatının önemli klasiklerinde biri olan *Seyahatname* adlı eserini kaleme almıştır²³.

Başka merkezlere gitmek isteyenlerin, gidecekleri yerlerle ilgili önceden bilgi alma ihtiyacı da belirmiş ve ilk kez 1672 yılında Fransa’da bir gezi rehberi düzenlenmiştir. Bu rehber ile birlikte, artık “tur” sözcüğü, o dönemde ilk kez, Paris merkez olmak üzere, başka yörelere de yolculuk anlamında kullanılmaya başlamıştır²⁴.

1.2.4. Yakınçağda Turizm

“18. yüzyıl sonlarında ve 19. yüzyılın başlarında başlıca iki önemli olay turizmin gelişmesini etkilemiştir”²⁵. Birincisi, Avrupa’da özgürlük ve demokrasi anlayışında değişime yol açan Fransız İhtilali, ikincisi ise bunun tetiklediği sanayi devrimidir. Bu iki önemli olgu, daha fazla seyahat etmeye ve para harcamaya istekli

²³ Cumhuriyet Ansiklopedisi, Evliya Çelebi, Novara (İtalya), 1969, Cilt.5, s. 1334.

²⁴ Akat, ss. 9-10.

²⁵ Mill, s.3.

bir burjuva sınıfının doğmasına yol açmıştır. Sanayi devriminin sonucunda kırsal kesimden kentlere göç artmış ve insanlar kentlerde daha küçük alanlarda yaşamaya zorlanmıştır. Bu da insanlarda kısa bir süre için bile olsa, kentten kaçma isteği doğurmuştur. Hiç şüphesiz bu dönemde turizmin gelişmesinde ulaşım olanaklarının gelişmesi de önemli bir rol oynamıştır. Buharlı trenler ve gemiler mesafeleri kısaltırken, ulaşım masraflarını azaltmış, kentlerden sık sık uzaklara gitmeyi kolaylaştırmıştır. Tüm bunların sonucu olarak, seyahat edenlerin sayısı artarak, orta sınıf da turizm hareketlerine katılmaya başlamıştır.

Bu dönemde yaşanan en önemli gelişmelerden biri de İngiltere’de Thomas Cook’un ilk paket turu gerçekleştirmesidir. “Düzenlenen bir kongre için 570 kişilik bir grubu bir şehirden diğer bir şehre götürmesi, ticari amaçla yapılan ve reklam yoluyla halka duyurulan ilk toplu tren seyahati olarak kabul edilir”²⁶. “1865 yılında Londra’da ilk seyahat acentesini açan T. Cook’un firması hızla büyümüş, Avrupa’ya, Amerika Birleşik Devletleri’ne ve daha sonra tüm dünyaya seyahatler düzenleyen günümüzün en büyük turizm örgütlerinden biri olmuştur”²⁷.

Sonuç olarak, ilk çağlarda daha çok ticari veya askeri amaçlarla yapılan seyahatler, yakın çağda yerini gezip görmek ve zevk amaçlı seyahatlere bırakmış ve böylece turizm niteliği kazanmaya başlamıştır. Yakın çağda ortaya çıkan hızlı nüfus artışı, endüstrileşme, kentleşme ve bunun sonucu olarak doğayla ilişkinin azalması, yaşam biçimlerinin değişmesi, iletişim ve eğitim olanaklarının gelişmesi ve özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra gelişen havacılık sektörü de günümüzde kitle turizminin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır.

1.3. TURİZMİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Turizmin gerek ekonomik kalkınmaya ve gerekse istihdama yaptığı katkı ülkelerin bu sektörden beklentilerini artırmakta ve daha fazla turizm geliri elde etmek için çaba göstermelerine yol açmaktadır. Dünya ülkeleri arasında 2010 yılında 940 milyon kişi turist olarak seyahat ederken, 2009 yılında uluslararası turist sayısı 880

²⁶ Barutçugil, s.41.

²⁷ Barutçugil, s.41.

milyon olarak kaydedilmiştir (bkz. Tablo 1.). Dünya turizm gelirleri ise, 2010 yılında 919 milyar dolar ve 2009'da 852 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2008 yılında 942 milyar dolar olan dünya turizm gelirlerindeki bu azalma 2009 da yaşanan küresel krizin etkisi olarak yansımaktadır. 2009 yılında turist sayısındaki %4.2 lik azalmanın sonucu olarak dünya turizm gelirleri de %5.7 azalma göstermiştir. 2009 yılında yaşanan küresel krizin etkisi bir yana bırakılırsa, 2000-2008 döneminde ortalama olarak %6.75 oranında artan dış seyahatler, ortalama %14.75 oranında bir gelir artışına neden olmuştur. Böylece ulaştığı gelir hacmiyle turizm ülkeler açısından önemli bir sektör haline gelmiştir. “UNWTO’ a (Dünya Turizm Örgütü) göre 2020 yılında dünya turizminin 1,6 milyar kişiye ulaşacağı ve 2 trilyon dolarlık bir gelir yaratacağı tahmin edilmektedir”²⁸. Ayrıca, turizm bu potansiyeli ile geniş istihdam alanları yaratarak işsizlik sorununun çözümüne de önemli katkı sağlamaktadır. “Turizm ve seyahat ekonomisinin toplam istihdama katkısının 2010’da %8,1’den 2020 de %9,2’ye yükselmesi beklenmekte ve 2020’de her 10,9 işten birinin turizm alanında olacağı tahmin edilmektedir”²⁹.

Tablo 1: Ülkeler İtibariyle Uluslararası Turist Gelişleri (Milyon Kişi)

Yıllar Ülkeler	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	682,0	801,0	846,0	900,0	919,0	880,0	940,0
Fransa	77,2	75,0	77,9	80,9	79,2	74,2	76,8
ABD	51,2	49,2	51,0	56,0	57,9	54,9	59,7
İspanya	46,4	55,9	58,0	58,7	57,2	52,2	52,7
Çin	31,2	46,8	49,9	54,7	53,0	50,9	55,7
İtalya	41,2	36,5	41,1	43,7	42,7	43,2	43,6
Birleşik Krallık	23,2	28,0	30,7	30,9	30,1	28,0	28,1
Türkiye	9,6	20,3	18,9	22,2	25,0	25,5	27,0
Almanya	19,0	21,5	23,6	24,4	24,9	24,2	26,9
Malezya	10,2	16,4	17,5	21,0	22,1	23,6	24,6
Meksika	20,6	21,9	21,4	21,4	22,6	21,5	22,4

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Nisan 2011.

Tablo 1’de görüldüğü gibi, 2009 ve 2010 yıllarında yaşanan küresel krizin etkisiyle bir miktar azalma olmakla birlikte, uluslararası turistlerin en fazla tercih

²⁸ UNWTO, **Tourism Barometer** 2009.

²⁹ World Travel and Tourism Council, **Travel and Tourism Economic Impact**, Executive Summary, London 2009,s.3.

ettikleri ilk on ülke sıralamasında yine Fransa birinci olmuş, bunu ABD ve İspanya izlemiştir. Turizm gelirleri açısından bakıldığında ise dünyada en fazla turizm gelirini elde eden ülke ABD olarak görülürken, onu Avrupa’da İspanya ve Fransa izlemektedir. Çin, turist sayısı açısından dördüncü sırada yer alırken, İtalya turizm gelirleri açısından 2009 yılına kadar Çin’in önünde yer almış 2010 yılında ise Çin’in gerisinde kalmıştır. Türkiye ise ülkeyi ziyaret eden turist sayısı açısından yedinci sırada bulunurken, elde edilen turizm gelirleri açısından 2009 yılında dokuzuncu sırada yer almış ve 2010 yılında Hong Kong (Çin)’un hızlı yükselişi nedeniyle onuncu sıraya gerilemiştir³⁰.

Tablo 2: Uluslararası Turizm Gelirleri (Milyar Dolar)

Yıllar Ülkeler	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	475.0	679.0	744.0	859.0	942.0	852.0	919
ABD	82.4	81.8	85.8	97.1	110.1	94.2	103.5
İspanya	30.0	48.0	51.1	57.6	61.6	53.2	52.5
Fransa	30.8	44.0	46.3	54.3	55.6	48.7	46.3
İtalya	27.5	35.4	38.1	42.7	45.7	40.2	38.8
Çin	16.2	29.3	33.9	37.2	40.8	39.7	45.8
Almanya	18.7	29.2	32.8	36.0	40.0	34.7	34.7
Birleşik Krallık	21.9	30.7	34.6	38.6	36.0	30.1	30.4
Avustralya	9.3	16.8	17.8	22.3	24.8	25.6	30.1
Türkiye	7.6	18.2	19.6	18.5	22.0	21.3	20.8
Avusturya	9.8	16.1	16.6	18.9	21.6	19.4	18.6

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Nisan 2011.

Dünyada turizm harcamasını en fazla yapan ülke sıralamasında, ilk üç sırada Almanya, ABD ve Çin yer almaktadır. 2009 yılından sonra turizm harcamaları açısından ortaya çıkan önemli bir değişiklik Çin’in harcamalarının 2009 yılında Fransa’yı, 2010 yılında ise Birleşik Krallığı geçip sıralamada üçüncü sıraya yükselmesidir (bkz. Tablo 3).

³⁰ 2009 yılında 16,4 milyar dolar turizm geliri elde eden Hong Kong, 2010 yılında turizm gelirlerini 23,0 milyar dolara çıkarmıştır. UNWTO, Tourism Highlights, 2011 Edition, s.6.

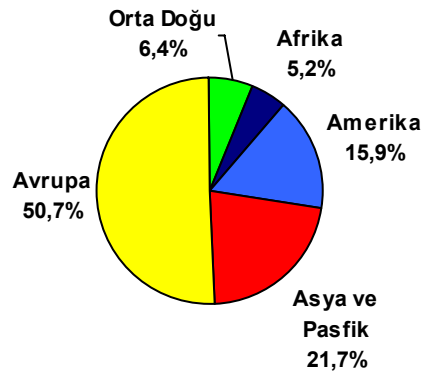
Tablo 3: Uluslararası Turizm Harcamaları (Milyar Dolar)

Yıllar Ülkeler	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	475.0	679.0	744.0	859.0	942.0	851.0	919.0
Almanya	53.0	74.4	73.9	83.1	91.0	81.2	77.7
ABD	64.7	69.0	72.1	76.4	79.7	74.1	75.5
Çin	13.1	21.8	24.3	29.8	36.2	43.7	54.9
Birleşik Krallık	38.4	59.6	63.1	71.4	68.5	48.5	48.6
Fransa	17.8	30.5	31.2	36.7	43.1	38.9	39.4
İtalya	15.7	22.4	23.1	27.3	30.8	27.8	27.1
Japonya	31.9	27.3	26.9	26.5	27.9	25.1	27.9
Kanada	12.4	18.0	20.6	24.7	26.9	24.2	29.5
Rusya Federasyonu	8.8	17.3	18.1	21.2	23.8	20.9	26.5
Hollanda	12.2	16.2	17.0	19.1	21.7	20.7	-

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Nisan 2011.

Dünya turizmine bölgeler itibariyle bakıldığında, 2010 yılında dünyadaki turist akışının yarısından fazlasının, 476,6 milyon turist ile Avrupa'ya olduğu görülmektedir. Bunu 203,8 milyon ile Asya ve Pasifik, 149,8 milyon ile Amerika Kıtası izlemektedir³¹.

Şekil 1: Dünyadaki Turist Akışının Bölgesel Dağılımı



Kaynak: UNWTO, Tourism Barometer 2011.

³¹ UNWTO, Tourism Barometer 2011,s.4.

Şekil 1’de gösterildiği gibi, Batı Avrupa ile Kuzey Amerika yine uluslararası turizmden pay alan en ağırlıklı bölgeler olmaktadır. Ancak bu bölgeler dünya turizm gelişme hızı ortalamasından (%4,1) daha yavaş büyürken, Orta-doğu, Afrika, Doğu Asya ve Pasifik %5 ile ortalamanın üzerinde büyüyecek olan bölgeler olarak öngörülmektedir. Bu da turizmin geleneksel ülkelerden daha çok giderek gelişmekte olan ülkelere doğru kaydığını göstermektedir.

Uluslararası turizmin gelişmesine ve böylece çok sayıdaki ekonomi açısından çekici bir endüstri olarak kabul edilmesine neden olan önemli faktörler şunlardır:³²

- Dünya ölçeğinde, kişisel düzeydeki gelir artışları,
- Teknolojik gelişmelere bağlı boş zaman artışı ve ücretli tatil haklarının yaygınlaşması,
- Kitle turizminin giderek daha fazla ilgi görmesi,
- Ulaşım araçlarının hız ve konforundaki gelişmeler,
- Kitle haberleşme araçlarının gelişmesi ve etkilerinin artması,
- Konaklama birimlerinin çok amaçlı hale gelmesi ve yaygınlaşması,
- Sağlık koşullarının iyileşmesi ve ortalama yaşam sürelerinin artması.

1.4. TURİSTİN TANIMI

Genel olarak turizm faaliyetine katılan kişiye turist denmekle birlikte, turizm kavramında olduğu gibi, turistin tanımında da literatürde farklı tanımlamaların yapıldığı görülmektedir. En eski tanımlardan biri Birleşmiş Milletler İstatistik Uzmanları Komitesi’nin 1937 yılında yaptığı tanımdır. Bu tanıma göre; *turist sürekli yaşadığı yer dışında bir yeri veya ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre için ziyaret eden kişidir*³³. Bu tanım daha sonra Birleşmiş Milletlerce “*göç niteliğinde olmamak koşuluyla, oturduğu yer dışındaki başka bir ülkeye 24 saatten az olmamak ve 12 aylık dönem içinde 6 aydan fazla kalmamak koşuluyla gelen ve geldiği bu yerde gezi,*

³² Özcan Yağcı, **Turizm Ekonomisi**, 2.b., Detay Yayıncılık, Ankara 2007, s.16.

³³ Tunç ve Saç, s.15.

tatil, spor, sağlık, aile ilişkisi, hac veya iş nedeniyle bulunan kişiye ırk, cinsiyet, dil ve din bakımından ayırım yapılmaksızın turist denir”³⁴ şeklinde geliştirilmiştir.

Ayrıca, 1972 yılında yürürlüğe konmuş olan 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği kanunu uyarınca yayımlanmış bulunan Seyahat Acenteleri Yönetmeliği’nin 4. maddesinde turist “*para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimsedir*” şeklinde tanımlanmaktadır³⁵.

Turizm faaliyetini gerçekleştiren kişiler, turist, günübirlik ziyaretçi, rekreasyonist gibi isimlerle farklılaştırılırken; uluslararası alanda da yabancı turist, yabancı günübirlikçi olarak ayrıştırılmaktadır. Günübirlikçi (ekskürsiyonist) gittiği yerde veya ülkede 24 saatten daha az kalan ve bir gece bile olsa konaklama yapmayan kişi olarak ifade edilmektedir. Ancak günübirlikçi de olsa bu kişilerin seyahatleri turizm faaliyeti olarak sayılmaktadır.

Yukarıdaki tanımlardan da açıkça görüldüğu gibi, seyahat eden kişi veya kişilerin turist olarak nitelenebilmesi için onun hangi amaçla seyahat ettiği önem kazanmaktadır. Tatil, gezip görme, spor, sağlık, kültürel, bilimsel, dinsel v.b. amaçlarla seyahat edenler turist olarak nitelenirken, bir yere veya ülkeye çalışmak ya da sürekli yerleşmek amacıyla gidenler, eğitim-öğretim amacıyla uzun süre kalanlar ya da bir ülkeden diğer bir ülkeye durmaksızın transit geçiş yapanlar turist sayılmamaktadır.

1.5. TURİZM ÇEşİTLERİ

Turistlerin seyahat amaçları, beklentileri, zevkleri, gelir düzeyleri v.b. nitelikleri birbirinden farklı olduğundan, onlara sunulacak turizm hizmeti de farklı

³⁴ Halil Can ve Semih Güner, **Turizm Hukuku**, Ankara 2000, s.16.

³⁵ Necip Boz ve Ulvi Hocaöğlu, **Turizm Hukuku**, Seçkin Yayıncılık San. Ve Tic. A.ř., Ankara 2008, s. 22.

olmaktadır. Turizm işletmeleri farklı niteliklere sahip turistlerin beklentilerini karşılamak üzere faaliyetlerini şekillendirmekte ve bunun sonucu olarak turizmde farklı yapılar ortaya çıkmaktadır.

Aşağıda turizmin çeşitleri bakımından sınıflandırılması yapılmıştır. Farklı açılardan ele alınarak turizmin farklı sınıflandırmaları yapılabilmektedir. Örneğin, turizm; katılımcıların sayısı bakımından bireysel turizm, kollektif turizm ve kitle turizmi, katılanların yaşına göre, gençlik turizmi ve üçüncü yaş turizmi, katılanların gelir düzeyi açısından ise sosyal turizm, geleneksel turizm ve lüks turizm olarak sınıflandırılabilir. Katılımın süresine göre bölümlere ayrıldığında ise günübirlik turizm, hafta sonu turizmi ve uzun süreli turizm olarak sınıflandırılırken, seçilen zamana göre yaz turizmi, kış turizmi veya sezon içi ve sezon dışı turizm olarak sınıflandırılabilir. Çok kullanılan bir diğer sınıflandırmada ise turistlerin menşei ölçütü olarak ele alınmakta ve buna göre turizm; iç ve dış turizm ya da uluslararası turizm olarak sınıflandırılmaktadır.

Literatürde en çok başvuru alan turizmin amaçları bakımından sınıflandırılmasında ise başlıca üç grup ele alınmaktadır. Bunlar;³⁶

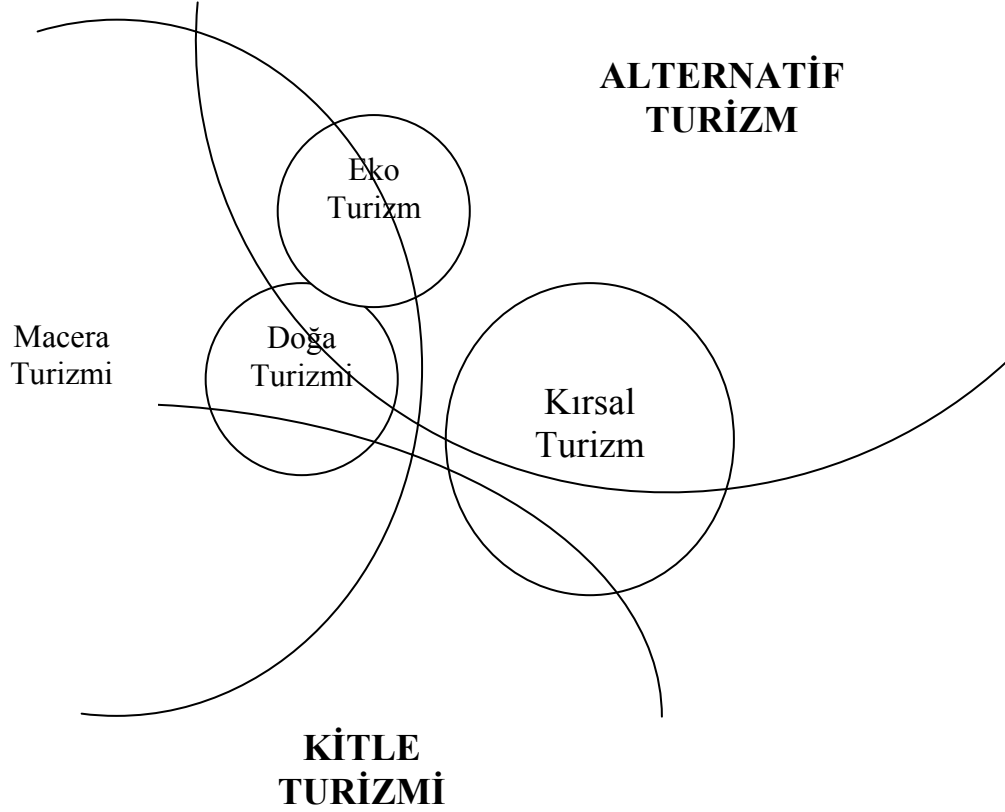
- Boş zaman ve dinlenme (rekreasyon) turizmi: tatil, spor ve kültürel turizm ile arkadaş ve akrabaları ziyareti içermektedir.
- Diğer turizm amaçları: sağlık turizmi gibi.
- İş turizmi: Konferans ve toplantılara katılmayı içermektedir.

Turistlerin gereksinimleri ve beklentileri zaman içinde değiştiğinden turizmin amaçları bakımından çeşitlendirilmesine de her geçen gün yenileri eklenebilmektedir. Turizm Bakanlığı, sitesinde on altı turizm çeşidi belirtmektedir. Özellikle son yıllarda çağdaş turizm, turistlerin gidilen yerle olan etkileşimlerinin düzeyine ve türüne bağlı olarak sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırmada turizm

³⁶ Fletcher C. Cooper J. ., A. Gilbert Fyall, D. and Wanhill, **Tourism: Principles and Practice**, Pearson Education 2008, s.15.

iki ekstrem uçta ele (Şekil 2) alınmaktadır. Bir uçta kitle turizm bulunurken, diğer uçta alternatif turizm ya da küçük ölçekli turizm yer almaktadır³⁷.

Şekil 2: Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm



Kaynak: Cooper, Fyall ve Wanhill, s.15.

Turizm sektöründe bir başlangıç olarak kabul edilen kitle turizmi özellikle sanayi devriminden sonra tüketicilerin gelirlerinin ve boş zamanlarının artması sonucu gelişme göstermiş ve özellikle 20. yüzyılın başlarında havayolu taşımacılığının gelişmesi ve ulaştırma maliyetlerinin azalmasıyla birlikte orta sınıfın katılımını olanaklı kılmış ve kitle turizmi önemli bir pazar haline gelmiştir. Alternatif turizm ise kitle turizmine tepki olarak, onun alternatifi olarak doğmuştur. Ekonomiyi canlandırırken, doğaya ve yerel halkın kültürüne saygılı, onu koruyup gözetten bir anlayışla kitle turizminden farklı olarak ortaya çıkan alternatif turizmin

³⁷ Cooper, Fyall ve Wanhill, s.15.

de ekolojik turizm, macera turizmi, doğa turizmi, çiftlik turizmi, kırsal turizm ve tarımsal turizm gibi çeşitleri bulunmaktadır. Ancak literatür incelendiğinde bu iki turizm çeşidinin de kesin çizgilerle ayrılmasının mümkün olmadığı görülmektedir. Şekil 2 kitle turizmi ile alternatif turizmin iki farklı uçta olmakla birlikte, devam eden bir yapı oluşturduğunu göstermektedir. Alternatif turizm hem ekolojik olarak hem de sosyal olarak sürdürülebilirliği mümkün kılarken, aynı zamanda ekonomik bir şekilde yaşamayı da amaçlamaktadır”³⁸.

Bu çalışmada turizme katılan kişi sayısı ve gidilen yerle turistlerin etkileşimlerinin türü ve düzeyi esas alınarak bir sınıflandırma yapılması uygun görülmüş ve buna göre turizm; kitle turizmi ve onun karşısı olan alternatif turizm olarak ikiye ayrılarak incelenmiştir.

1.5.1. Kitle Turizmi

Kitle turizmi, turizm hareketine katılan turistin oranı ile ilgili bir kavram olup, sayısal bir özellik taşımaktadır. Seyahat ve konaklama büyük ölçüde kollektif bir şekilde gerçekleştirilir. Ölçek ekonomilerinden yararlanarak daha ekonomik ürün ve hizmetler sunularak, geniş halk kitlelerinin katılımını hedefleyen bir turizm çeşididir. Bu özelliği ile günümüzde de önemli rağbet görmekte ve gelecekte de görmeye devam edeceği öngörülmektedir.

“Tatil yerlerine yapılan büyük ölçekli turist hareketi ile ilgili olan kitle turizmi, 1960’lı yıllarda daha uzun tatiller ve daha ucuz ulaştırmanın etkisiyle endüstrileşmiş ülkelerden başladı”³⁹. “Almanya ve İskandinav ülkelerinde başlayıp gelişen kitle turizmi sonraları ABD’de ve Kanada’da hızla yaygınlaşmış, gelişim yönü, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere; Amerika’dan Avrupa’ya; Kuzey ve Batı Avrupa’dan Akdeniz Bölgesine, yani kentsel alanlardan kırsal alanlara veya deniz kıyılarına olmuştur”⁴⁰.

³⁸ Sue Warn, *Recreation and Tourism*, Nelsen Thornes Ltd. UK, 1999, s.8.

³⁹ Jafar, Jafari ve diğerleri (editor), *Encyclopedia of Tourism*, GBR Routledge, London 2000, s.420. <http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/Doc?id=10070587&ppg=420>, (16.08.2010).

⁴⁰ Pınar Kısa Ovalı, “Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması”, *YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, 2007, s.66. H.

Başlangıçta güneş, deniz ve kum gidilen yerin seçiminde belirleyici olduğundan, kitle turizmi mevsimsel bir özellik göstermiş, Akdeniz kıyıları gibi yerler yazın tercih edilirken, özellikle kış sporlarının yapıldığı yerler de kışın turist akınına uğramıştır. Daha sonraları ise daha ucuz paket turlar daha sık tatil yapma olanağı verdiğiinden, tarih, kültür ve doğa turizmine de ilgi artmıştır.

Bu turizm çeşidinin temel özelliğinin büyük ölçekli ve standart üretim olması ve bu sayede fiyatların düşük tutularak turizmin sosyalleştirilmesinin sağlanmasıdır. Bu olgu da sektördeki tur operatörlerinin önemini artırmaktadır. Tur operatörleri, genellikle otel ve diğer yerel hizmet sağlayan kuruluşlara ödenecek fiyatların belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Örneğin, “Buhalis’in 2000’li yılların başında yaptığı araştırmalarda Güney Avrupa’daki bazı sahil yerlerinde birkaç büyük tur operatörünün egemen olduğu bulunmuştur. Yunanistan’da önemli bir güce sahip tur operatörlerinin, otelleri onların sunduğu ürünlerin kalitesini de etkileyen, düşük kar marjı öneren anlaşmalara zorladığı sonucuna ulaşılmıştır”⁴¹.

Kitle turizminin diğer bazı temel özellikleri şunlardır:

- Kitle turizmi önemli ölçüde gelir ve istihdam sağlar,
- Büyük ölçekli turistik işletmelere ve ağır alt yapıya gereksinim yaratır,
- Sezon dışında atıl kapasite yaratır,
- Turistler ile yerel halk arasındaki temas azdır,
- Turist birlikte olduğu grupla bütünleşmeye çalışır,
- Genellikle animasyonla rahatlama sağlanır,
- Üretim genellikle birkaç üreticinin elinde yoğunlaşır,
- Üretim standartlaştırılmıştır ve esnek değildir,
- Fiziksel çevreyi ve yerel halkın değerlerini tahrip edebilir.

Dinç, “Kitle Turizmine Dönüşük Politikaların Faturası ve Karşı Tepki: Alternatif Turizm Arayışları”, **Sürdürülebilir Turizm: Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım**, Türkiye’de 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, Alanya M.S.U. Şeh. Böl. Pln. Böl. ss.108-117.

⁴¹ Bill Bramwell, **Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe**, Channel View Publication, 2004, s.8.

<http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/Doc?id=10096130&ppg=22>. (16.08.2010), s. 8.

Kitle turizminin de kendi içinde türleri bulunmaktadır. Ancak bu konudaki sınıflandırmalar incelendiğinde, yazarların tam bir fikir birliği içinde olmadıkları, farklı yazarların farklı sınıflandırmalar yaptıkları görülmektedir. Bu durum genellikle farklı turizm çeşitlerinin birbirinin içine girmesinden ve kesin çizgilerle ayrılamamasından kaynaklanmaktadır. Kitle turizmi dendiğinde ilk anda tatil ya da dinlenme turizmi, kıyı turizmi, tarih ve kültür turizmi akla gelmektedir. Ancak, McGehee ve Andereck, yaptıkları çalışmada kumar turizmini, fuar ve festivalleri, spor olaylarını, doğa temelli turizmi ve kış sporları turizmini de kitle turizminin türleri içinde saymışlardır⁴². Oysa birçok çalışmada doğa temelli turizm veya kış sporları turizmi alternatif turizm içinde ele alınabilmektedir. Aşağıda katılan kişi sayısı ve grup içi etkileşim dikkate alınarak sınıflandırılan kitle turizminin türlerine kısaca değinilmektedir.

1.5.1.1. Tatil Turizmi

Kitle turizminde ilk akla gelen turizm çeşidi tatil turizmidir. Günümüzde bütün bir yıl çalışma koşulları içinde yorulan insanların yıllık izinlerinde veya boş zamanlarında dinlenmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerin dışına seyahat ederek belirli bir süre konakladıkları bir turizm çeşididir. Tatilde seçilen mekan yazın daha çok kıyıları olurken, kışın kış sporlarının yapıldığı yerler veya doğal güzellikleriyle tanınan yerler olmaktadır. “UNWTO’un verilerine göre, 2010 yılında uluslararası turistlerin yarısı (%51) boş zaman, dinlenme ve tatil amaçlı seyahat etmişlerdir”⁴³. Kişileri tatile yönelten güdüler, dinlenme, rahatlama, eğlenme, alışılmışın dışına çıkarak monoton yaşamdan kurtulma veya kişisel zevklerini karşılama gibi çok farklı olabildiğinden, tatil turizmi de birçok turizm türünü içerecek nitelikte geniş olarak ele alınabilmektedir.

Tatil turizminin gelişmesinde daha uygun fiyatlar sunan ve bu nedenle geniş halk kitlelerine daha sık tatil yapma olanağı veren paket turlar önemli bir rol

⁴² Nancy Gard McGehee ve Kathleen Andereck, “Volunteer Tourism and the Volun-toured the Case of Tijuana, Mexico”, **Journal of Sustainable Tourism**, Vol.17, No.1, January 2009, s.40.

⁴³ UNWTO, **Tourism Highlights**, 2011 Edition, s.3.

oyunmaktadır. Daha iyi bir organizasyon ve daha düşük fiyatlarla geniş halk kitlelerinin turizme katılmalarına olanak sağlamakta ve tatil turizminin hacmini artırmaktadır. Ülkemizde dar gelirli vatandaşların gereksinimlerini karşılayacak ucuz ve ekonomik tesisler diğer ülkelere kıyasla henüz yeterli ölçüde bulunmadığından tatil turizminin sosyal bir nitelik kazanması yavaş olmakla birlikte, özellikle Akdeniz ve Ege Bölgeleri gibi kıyı turizminin gelişmiş olduğu bölgelerimizde turizm sezonunun uzun olması tatil turizminin gelişmesi için önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.

1.5.1.2. Kıyı Turizmi

Deniz, kum ve güneşle çekim gücü yaratan kıyı turizmi benzer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de en fazla talep yaratan bir turizm türüdür. Özellikle kıyılarda turizm sezonunun uzun olması, deniz, kum ve güneş değerlerinin istenen derecelerde olması deniz turizminin çekiciliğini artırmaktadır. “Güneşlenme süresinin uzunluğu kıyıların sauna ortamına dönüşmesini sağlamaktadır. Bu da talassoterapi (deniz suyu ve güneşten yararlanılarak yapılan kür uygulaması) ve helioterapi (güneş ışınlarından yararlanılarak yapılan terapi) gibi sağlıklı ortamlarda bulunmanın koşulunu oluşturmaktadır”⁴⁴.

Deniz turizmi mevsimsel olup, sezon dışında atıl kapasite yaratmasıyla eleştirilmesine rağmen, ülkemizde turizm sezonunun özellikle Ege ve Akdeniz Bölgeleri’nde altı ay gibi uzun bir dönemi kapsadığı bilinmektedir. Deniz turizmine gerek iç ve gerekse dış talebin artmasında önemli rol oynayan faktörlerden biri de deniz suyunun temizliğidir. Akdeniz’in en temiz suları Türkiye’de bulunmakta olup, her geçen gün mavi bayrak alan marina ve plajların sayısı artmaktadır (Tablo 4).

⁴⁴ Tunç ve Saç, s.20.

Tablo 4: 2010 Yılı Mavi Bayraklı Plaj Sayıları

Sıralama	Ülkeler	Plaj	Sıralama	Ülkeler	Plaj
1	İspanya	523	8	Hırvatistan	116
2	Yunanistan	421	9	İrlanda	75
3	Fransa	321	10	İngiltere	71
4	Türkiye	314	11	G.Kıbrıs	54
5	Portekiz	241	12	27 Ülke	301
6	İtalya	231			
7	Danimarka	216			
Toplam					2884

Kaynak: Halkbank, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi: Turizm Sektörü Raporu”, Nisan 2011, s.33.

Kıyı turizmi büyük ölçekli otelleri ile kitle turizmine yönelik bir yapıya sahip olabildiği gibi, daha küçük ölçekli, geleneksel yapı tarzlarını koruyan bir nitelikte veya yazlıkların bulunduğu sahiller ile daha çok iç turizme hizmet eden bir yapıda da olabilir. “Kıyı turizminde görülen bu çeşitliliğin en güzel örneklerinden biri Güney Avrupa’da İtalya’dadır. Kitle turizmi ile Rimini Bölgesi, geleneksel yapı tarzlarını koruyan daha az gelişmiş Sardunya Costa Smeralda ve yazlık evlerin yoğun olduğu Calabria sahilleri”⁴⁵. Ülkemizde de kıyı turizminde benzer bir çeşitlilik görülmektedir. Özellikle Antalya beş yıldızlı otelleri ile kitle turizmine hizmet eden bir tatil beldesi iken, Çeşme Alaçatı geleneksel yapı tarzlarını koruyan ve yazlık evlerin yoğun olduğu bir tatil yöresidir.

Kıyı turizminin hızlı gelişimi özellikle büyük ölçekli otel gruplarının kıyı bölgelerinde yoğunlaşması bazı çevresel sorunlara da yol açabilmektedir. Yaz aylarında hızlı nüfus artışıyla, kısa dönemde trafik, kanalizasyon, belediye hizmetlerinde aksama ve çevre kirliliği gibi sorunlara yol açarken, uzun dönemde eksik planlama ve yasal düzenlemelerin yetersizliği ya da uygulanmamasının sonucu olarak deniz kirliliği, çarpık yapılaşma, alt yapı eksiklikleri, verimli arazi kayıpları ve ekosistemin bozulması gibi daha önemli sorunları da yaratabilmektedir.

Kıyı turizminin bir türü de *göl turizmi*dir. Özellikle denize kıyısı olmayan ülkelerde veya bölgelerde gelişme göstermektedir. Örneğin Orta ve Doğu Avrupa’da Avusturya, İsviçre, Almanya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Slovenya

⁴⁵ Bramwell, s.11.

gibi ülkelerde göl turizmi gelişmiştir. Her göl farklı özellikler taşımakla birlikte, genellikle doğal güzellik, manzara, rahatlık, dinlenme, kültürel çekicilik ve faaliyetler, çeşitli su sporları gibi ekstra hizmet ve çekicilikler yaratılarak göl turizmi geliştirilmektedir. *Doğa turizmi* de göller bölgesinde gelişme gösteren bir turizm çeşididir. Ülkemizde de Van, Tuz, Beyşehir ve Eğridir gölleri başta olmak üzere irili ufaklı ve farklı yapılarda 300 göl bulunmaktadır. Özellikle su sporlarının geliştirilmesi, günübirlik veya konaklamalı tesislerin yapılması ve çevre düzenlemeleri göl turizmimizin gelişmesinde önemli katkı sağlamaktadır.

1.5.1.3. Tarih ve Kültür Turizmi

Başlangıçta daha çok tatil ve dinlenme amacıyla yapılan kitle turizmi daha sonraları tarih ve kültür turizmine ilginin artmasıyla gelişme göstermiştir. Şüphesiz tatil turizminde olduğu gibi kültür turizminin gelişmesinde de daha uygun fiyatlarla turizmi mümkün kılan paket turların önemli rolü vardır. Ayrıca, kısa süreli tatillere olan eğilim, eğlence ve eğitim amaçlı seyahatler, fuarlar, konferanslar ve havayolu taşımacılığındaki düşük ücretler de kültür turizmini besleyen diğer unsurlardır.

“Kültürel turizm pazarı, gözle görülür bir şekilde büyüme göstermektedir. Amerikalıların %70’inin Avrupa’ya seyahat etme nedeninin kültürel kalıntıları görmek olduğu, İngiliz turistlerin de %67’sinin seyahatlerinden en azından birini kültürel kalıntıları görme adına yaptıkları belirtilmektedir. Amerika’yı ziyaret eden uluslararası turistlerin ise %40’ının kültürel turizmle ilgilendiği elde edilmiştir”⁴⁶.

Eski tarihi yapıları, sanat eserlerini, mimari yerleri, eski uygarlıklara ait kalıntıları ve buralardan çıkarılan farklı kültürlerle ait tarihi eserlerin sergilendiği müzelerin ve diğer sanat galerilerinin görülmesi, bilgi görgü artırmak için yapılan seyahatler, araştırma ve inceleme gezileri tarih ve kültür turizmini oluşturmaktadır. Ayrıca folklor, yöresel mutfaklar, festivaller, müzik, tiyatro ve sinema gibi

⁴⁶ Selma Meydan Uygur ve Eda Baykan, “Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:2, 2007. B. Mckercher ve H. Cros, **Culturel Tourism, The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management**, The Hawort Press, NewYork 2002, 135.

etkinlikler de kültürel zenginliğin bir parçası olarak kabul edildiğinden, bu amaçlarla yapılan seyahatler de bu kapsamda düşünülmektedir. Tarih ve kültür turizmi ülkeyi, tarihini ve kendi kültürünü tanıtmayı ve kültürler arasında etkileşimi sağlamayı ve ülkeye gelen döviz geliriyle tarihi eserleri ve kültürel birikimi koruma altına almayı amaçlamaktadır. Bu açıdan ülkemiz son derece zengin tarih ve kültür birikimine sahip bulunmaktadır. Bazı kültürel varlıklarımız milli parklar adı altında koruma altına alınırken, çeşitli yasal düzenlemeler ile de doğal ve kültürel varlıklarımız korunmaktadır.

Kültürel varlıklarımız diğer turizm çeşitlerine olan talebi ve onların gelişimini de etkilemektedir. Örneğin dünyada en fazla kongre, seminer veya iş toplantılarının düzenlendiği kentlere bakıldığında, bunların hepsinin ortak özelliğinin önemli ölçüde tarih ve kültürel birikime sahip olan kentler olduğu görülmektedir. “Kongreye katılanlar, kültürel birikimleri fazla olduğundan, ziyaret ettikleri yerlerde yoğunlukla kültürel alanların da bulunmasını arzularlar. İstanbul’un da son yıllarda bir kongre kenti yapılma çalışmalarına hız verilmesinin en başta gelen etkenlerinden birisi, öncelikle İstanbul’un taşıdığı kültürel ve tarihsel kimliktir”⁴⁷.

Ülkemiz kültür turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olmakla birlikte, bu amaçla Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin oranında bir azalma görülmektedir. TÜİK’in 2001-2008 yıllarına ilişkin yabancı ziyaretçi anketine göre, geliş nedeni için “kültür” şikkını işaretleyenlerin payında bu dönemde bir gerileme eğilimi görülmektedir (Tablo 5). 2001 yılında yaklaşık %9,2 olan bu seçeneğin payı 2008 yılına kadar yavaş yavaş azalarak %6’ya gerilemiş, 2008 yılında hafif bir yükselmeye %6,4 olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılından sonra TÜİK yayımladığı istatistiklerde “gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetleri” tek bir grup altında sınıflandırdığından doğrudan kültür turizminin gelişimini değerlendirecek veriler bulunmamaktadır.

⁴⁷Derman Küçükaltan, Adil Oğuzhan ve Ebru Boyacıoğlu,” Bölgesel Kalkınmada Kültürel Turizmin Etkisi: Kırkpınar Yağlı Güreşleri Örneği”, **Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 6, Sayı:1, Haziran 2005, s.8.

Tablo 5: Yabancı Ziyaretçilerin Geliş Nedenlerine Göre Dağılımı

	Toplam İçinde Pay %							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Gezi, Eğlence	52,27	57,19	56,32	56,74	57,2	51,9	56,6	58,5
Kültür	9,17	9,10	8,31	7,71	7,6	6,1	6,0	6,4
Sportif İlişkiler	1,28	1,16	1,30	1,48	1,4	1,1	1,6	1,5
Yakınları Ziyaret	7,94	8,78	6,96	7,21	8,6	11,7	7,08	11,1
Sağlık	0,97	0,74	0,86	0,92	1,0	0,9	0,8	0,7
Dini	0,31	0,54	0,49	0,42	0,6	0,6	0,7	0,4
Alışveriş	8,29	6,80	8,03	7,19	6,3	6,9	5,07	4,8
Toplantı, Seminer	2,40	2,11	2,48	2,24	2,4	2,7	3,4	2,9
Görev	5,0	5,12	6,05	5,62	5,0	6,3	3,0	2,7
Ticari İlişkiler, Fuar	5,03	3,37	3,69	4,38	3,5	4,5	4,5	4,3
Transit	3,08	2,27	1,99	1,16	2,3	2,0	0,2	1,1
Eğitim	0,00	0,00	0,66	0,86	0,5	0,6	0,7	0,7
Diğer	4,27	2,82	2,86	4,06	3,6	4,6	6,1	4,9

Kaynak: TUİK Yabancı Ziyaretçi Çıkış Anketlerinin Analizi(2001-2008), TÜRSAB Ar-Ge Departmanı, Mart 2009.

1.5.1.4. Eğlence ve Kumar Turizmi

Tatil turizminin bir parçası olarak da görülen eğlence ve kumar turizminde, özellikle eğlence ağırlıklı turizm merkezleri oluşturularak çekim gücü yaratılmaktadır. ABD'nin Florida eyaletindeki Disneyland, Danimarka'nın Kopenhag kentindeki Tivoli eğlence merkezi, Arjantin'deki tango geceleri, Barcelona'daki Flamenko dans gösterileri, Viyana'daki bale ve operalar, Monte Carlo'nun kumar salonları gibi bazı büyük kentlerdeki eğlence olanakları önemli oranda turisti çeken eğlence merkezlerini oluşturmaktadırlar. Türkiye'de ise eğlence turizminin genelde İstanbul ile sınırlı kaldığı görülmektedir. TUİK'in verilerine göre son sekiz yıl içinde Türkiye'ye gelen turistlerin yaklaşık %57-59 aralığındaki oranı, geliş nedeni olarak gezi ve eğlence şikkını işaretlemektedir. Ancak geliş nedenleri arasında eğlence için ayrı bir şık oluşturulmadığından, eğlence turizminin payını buradan çıkarmak olanaklı olarak görülmemektedir. Kumar turizmi ise 1996 yılından sonra önemli bir potansiyele sahip olmuş, ancak daha sonra yasaklanmıştır.

1.5.1.5. İş Turizmi

İş turizmi, yıllık genel toplantılar, eğitim seminerleri, ürün lansmanı, hissedarların toplantıları, satış stratejisi belirleme toplantıları gibi iş amaçlı toplantılara katılmak, ticari bağlantılar kurmak, fuar, sergi, panayır ya da ticaret merkezlerini ziyaret etmek amacıyla yapılan seyahatleri kapsamaktadır. İş amaçlı seyahatler turistik bir amaç taşımamakla birlikte, çoğu kez ulaştığı hacim ve yarattığı seyahat ve konaklama harcamaları itibarıyla önem kazanmaktadır. 2008 yılında uluslararası turistlerin %15'i iş veya profesyonel amaçlarla seyahat etmişlerdir⁴⁸. İş dünyasındaki gelişmeler ve küreselleşme eğiliminin sonucu olarak, bu oranın daha da artacağı ve 2020 yılında %4'ün üzerinde büyüyeceği tahmin edilmektedir⁴⁹.

“İş turizmi pazarı iki alt bölüme ayrılabilir. İşle ilgili amaçlar için bireylerin yalnız ya da birkaç kişinin birlikte seyahat ettiği bireysel iş pazarları ve ortak amaçlarla ilgili faaliyetlere katılmak için çok sayıda kişinin birlikte seyahat ettiği grup iş pazarları”⁵⁰. Her iki pazar yapısının da farklı özellikleri bulunmaktadır. Grup iş pazarında oteller ve diğer hizmetleri sunanlar arasında daha fazla rekabet bulunmaktadır. Bireysel iş pazarlarında seyahat edilen yer ve konaklanacak otel bireyin kendisi tarafından seçilir. Grup iş pazarlarında ise konaklanacak yer, yemek yenecek restoranlar çoğunlukla çalışanların bağlı bulunduğu şirket tarafından belirlenmekte ve seyahatte oluşan masraflar da şirket tarafından karşılanmaktadır. Bu nedenle seyahat eden bireylerin daha iyi otellerde konakladıkları ve daha pahalı restoranlarda yemek yedikleri ve seyahat ederken genellikle havayolunu tercih ettikleri söylenebilir. Bu pazar bölümünde turizm işletmeleri açısından en önemli pazarlama problemi, konaklanacak yer seçiminde karar vericinin kim olduğunun belirlenmesi diğer bir deyişle pazarlama faaliyetinin kime yönlendirileceğinin belirlenmesi olmaktadır. Bazen de örgüt içinde kararlara etki eden birden fazla kişi bulunabilmektedir.

⁴⁸ UNWTO, s.3.

⁴⁹ World Travel and Tourism Council, s.8.

⁵⁰ Jafari ve diğerleri, s.263.

Ticari mal ve hizmetlerin pazarlanması amacıyla belirli yer ve zamanlarda kurulan fuarlara katılım da yarattığı seyahat ve konaklama hacmi nedeniyle iş turizminin bir parçası olarak görülmektedir. Fuarlar birçok ölçüt açısından farklı şekillerde sınıflandırılabilen ve her bir türün değişik kentlerde dünyaca ünlü fuarları düzenlenmektedir. Paris, Milano, Londra, Münih, Brüksel, Stockholm, Barcelona ve Toronto dünyaca ünlü belli başlı fuarların düzenlendiği kentlerden bazılarıdır. Türkiye’de uluslararası alanda ilk fuar İzmir fuarı olup, son yıllarda başka kentlerde de iş turizmi açısından önem taşıyan fuarlar düzenlenmektedir. TUİK’in yaptığı yabancı ziyaretçilerin geliş nedenlerine göre dağılımında ticari ilişkiler ve fuara katılmak amacıyla giriş yapanların oranı 2010 yılında %5,5 olarak belirlenmiştir. 2001 yılında %5.03 olan bu oran 2005 yılına kadar bir miktar azalma göstermiş (2005 yılında %3,5 dir.), daha sonra tekrar artış göstermiştir. (Tablo 5). Bu dalgalı seyrinde, yaşanan ekonomik krizlerin etkisi görülmekte ve fuarlara katılımı da olumsuz etkilediği anlaşılmaktadır.

1.5.1.6. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, çeşitli meslek gruplarına veya uzmanlık alanlarına mensup kişilerin bilgi alışverişinde bulunmak ve tartışmak amacıyla bir program çerçevesinde düzenledikleri toplantılara katılmaları sonucu ortaya çıkan turizm çeşididir. Kongre turizminin içeriğini sadece kongreler oluşturmamaktadır. Aynı zamanda sempozyum, seminer, konferans v.b. toplantı çeşitleri de bu kapsamda düşünüldüğünden, bazı çalışmalarda kongre turizmi toplantı turizmi olarak da adlandırılmaktadır. Kongre turizminde sadece toplantılar yapılmamakta, toplantı dışındaki zamanlarda eğlence, alışveriş, çevre gezileri ve çeşitli aktiviteler gerçekleştirilmektedir.

Kongre turizmi, klasik turizmden önemli birkaç noktada ayrılmaktadır. Kongre turizminin yoğunlaştığı yerler, diğer bir ifadeyle kongre merkezleri çoğunlukla gelişmiş şehir merkezleri ya da yakın bölgelerdir. Klasik turizm olayında

olduğu gibi belirli zamanlarda yoğunlaşmalar pek görülmez. Yoğunlaşmalar da yıldan yıla farklılık gösterebilir⁵¹.

“Uluslararası Toplantı ve Kongreler Birliği (ICCA)’ in verilerine göre 1999 yılından 2008 yılına kadar olan on yıllık dönemde Birliğe üye olan ülkelerde toplantı sayısı yaklaşık %40 artarak 2008’de 7.475’e ulaşmıştır”⁵². Ülke başına düşen toplantılar incelendiğinde, 2010 yılında ABD ve Almanya, gerçekleştirilen toplantı sayısı açısından zirvede bulunan ilk iki ülkedir. Bu ülkeleri İspanya, İngiltere, Fransa, ve İtalya izlemektedir. Türkiye ise gerçekleştirdiği toplantı sayısı açısından 20. sırada yer almaktadır. En fazla toplantı düzenlenen kent bazında bakıldığında ise ilk beş sırada Viyana, Barcelona, Paris, Berlin ve Singapur yer almakta, İstanbul bu sıralamada 7. sırada bulunmaktadır⁵³.

Kongre turizminde günlük harcamaların diğer turizm harcamalarına oranla daha yüksek olması bu turizm çeşidinin önem kazanmasına yol açmaktadır. Kongre turizmine katılan delegelerin gelir düzeyleri yüksektir. Genellikle harcamaların bir kısmı meslek kuruluşlarınca veya bağlı bulundukları kuruluşlar tarafından karşılanmaktadır. “Uluslararası yolcu araştırmaları 2001 yılında genel amaçlarla İngiltere’yi ziyaret edenlerin günlük harcamalarını 58,90 GBP bulurken, toplantılara katılan deniz aşırı delegelerin günlük harcamalarını 147 GBP olarak bulmuştur. ICCA 2001 yılında delege başına günlük harcamayı 343 dolar olarak belirtmektedir”⁵⁴. “Pechlaner ve arkadaşları da Güney Tyrol turizm kongresinde delegelerin günlük toplam harcamalarının geleneksel turistten daha yüksek olduğunu bulmuştur”⁵⁵. Kongre turizminde delegelerin harcama eğiliminin ortalama turist

⁵¹ Yusuf Aymanık, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Detay Kitap ve Yayıncılık, Ankara 2003, s.7.

⁵² ICCA, International Congress and Convention Association, **Statistics Reports: the International Association Meetings Market (1999-2008)**, <http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=876> (27.01.2011).

⁵³ ICCA, ICCA: Number of International Association Meetings Continues to Increase Significantly, 18 May 2011, <http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=2503>. (06.07.2011)

⁵⁴ Michael Hirst, Business Tourism Partnership: An Overview of the UK’s Business Tourism Industry, 2003, <http://www.businesstourismpartnership.com/pubs/briefly.pdf> (18.06.2009).

⁵⁵ Harald Pechlaner, Alice Zeni ve Frieda Raich, “Congress Tourism and Leisure tendencies with Special Focus on economic Aspects”, http://ertr.tamu.edu/attachments/758_Abstract%20Pechlaner%20et%20al_Leisure%20Futures%2007.pdf. (24.07.2010)

harcamalarından daha yüksek olması bu turizm türüne verilen önemi artırmaktadır. Ayrıca, “kongreler uzun zaman öncesinden (en az bir yıl önceden) planlandıkları için turizm gibi her türlü olay ve konjonktürel dalgalanmalardan en önce ve en fazla etkilenen bir sektör için garantili ve düzenli bir potansiyeldir”⁵⁶. Kongre turizmi, mevsimlik yoğunlaşmayı önleyerek turizm sezonunun tüm yıla yayılmasını ve konaklama tesislerinin doluluk oranının artırılmasını da sağlar. Ayrıca bu turizm türünde konaklama süresi daha uzun olduğundan diğer turizm çeşitlerine oranla getirisi de fazla olmaktadır. Bu özellikleri, kongre turizminin ülke turizmine olan ekonomik katkısını artırmaktadır.

1.5.1.7. Spor Turizmi

Sporla ilişkili bulunan ya da spora ilgi duyan kişilerin çeşitli spor faaliyetlerine, spor karşılaşmalarına veya olimpiyat oyunlarına katılmak ya da izlemek amacıyla seyahat etmelerinden doğan bir turizm türüdür. Yirminci yüzyılın sonlarında gelişme gösteren spor turizmi, özellikle olimpiyatlar, dünya ve Avrupa kupası gibi büyük karşılaşmalar, turnuvalar söz konusu olduğunda, organizasyonu yapan ev sahibi ülkeye binlerce turist çekmekte ve bu faaliyetlerin sonucu olarak ülkeye büyük gelir sağlamaktadır. Bu özelliği nedeniyle büyük bir spor karşılaşmasına ya da turnuvaya katılım, başlı başına bir turizm nedeni haline gelmektedir. “WTO, 2001 yılında gerçekleştirdiği uluslararası düzeydeki araştırmasında, Alman turistlerin yılda 32 milyon (tüm seyahatlerin %55’i), Hollandalı turistlerin ise, 7 milyon (tüm seyahatlerin %52’si) spor amaçlı seyahat yaptığını hesaplamıştır. Fransız turistler spor tatillerinden daha az güdülenmektedir ve ancak 3,5 milyon seyahatin spor unsuru içerdiği (%23) bulunmuştur”⁵⁷.

⁵⁶ Ayman, s.26.

⁵⁷ Brent Ritchie, “Sport Tourism: Small-scale Sports Event Tourism: the Changing Dynamics of the New Zealand Masters Games”,
http://www.download-it.org/free_files/filePages%20from%2013%20Sport%20tourism.pdf
(12.06.2010).

Çağımızda spor turizminin gelişme göstermesinde önemli rol oynayan başlıca unsurlar şunlardır⁵⁸:

- Spora katılanların demografik profilindeki genişleme,
- 1970’li yıllardan itibaren batı toplumlarında sağlıklı ve formda olmaya karşı artan ilgi,
- 1980’li yıllardan itibaren tatilde dinlenme alışkanlıklarında aktif olmaya artan eğilim,
- Spor olaylarıyla ilgili turizm fırsatlarına olan potansiyelin ve kentlerin imajı ve yenilenmesinde spor olaylarının artan rolünün anlaşılması.

Diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi spor turizminde de kişileri seyahate yönelten çok sayıda unsur bulunmaktadır. Literatürde spor turizminin güdüleyici unsurları üzerinde çeşitli tartışmalar yapılmaktadır. Robinson ve Gammon, güdüleyici unsur olarak sporun ya da tatilin daha baskın olmasına bağlı olarak spor turizminde iki grubun bulunduğunu ortaya koymakta ve turistleri de “*hard*” ve “*soft*” turistler olarak ayırmaktadır⁵⁹. Birinci grupta sürekli yaşadıkları yerlerin dışına seyahat eden ve konaklayan turistler aktif ya da pasif bir şekilde spora katılmaktadır. Burada kişileri seyahate güdüleyen ana unsur spor yapmaktır. Bunlar “*hard*” spor turistleri olarak tanımlanmaktadır. İkinci grupta ise bireyleri sürekli yaşadıkları yerlerin dışına seyahat etmeye yönelten baskın güdü, tatil yapmak ya da ziyaret etmektir. Seyahate yönelten birincil güdü tatil olmakla birlikte, tatil veya dinlenme esnasında bazı sporlara aktif ya da pasif olarak katılabilirler. Burada spor yapmak ikincil bir güdü olmaktadır. Bu gruptaki turistler “*soft*” spor turistleri olarak adlandırılmaktadır.

⁵⁸ Thomas Hinch ve James E.S. Higham, “Aspects of Tourism”, **Sport Tourism Development**, Channel View Publications, 2003,s.5. <http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/Doc?id=10051974&ppg=2> .(12.06.2010).

⁵⁹ Tom Robinson ve Sean Gammon, “A Question of Primary and Secondary Motives: Revisiting and Applying the Sport Tourism Framework”, **Journal of Sport Tourism**, Volume: 9 Number: 3, 2004.

Literatürde daha karmaşık bir gruplandırma yapılarak, spor turizminin başlıca beş gruba ayrıldığı da görülmektedir⁶⁰. Tablo 6.'da spor turizminin bu beşli sınıflandırması görülmektedir. Birinci grupta sportif faaliyetleri sağlayan, turistin görmek isteyeceği yerler bulunmaktadır. Bunlar (parklar, dağlar, vahşi yaşam v.b.) doğal olabileceği gibi, (müzeler, stadyumlar, mağazalar v.b) insan eliyle yapılmış yerler de olabilir. Resort veya spor turizmi kompleksleri, pazarlama stratejisini büyük ölçüde spor ya da sağlık üzerine yoğunlaştıran tatil merkezleridir. Golf ve tenis kompleksleri, kayak merkezleri gibi tatil merkezleri, spor turistine yüksek standartta olanak ve hizmet sunarlar. Spor yapma olanağını sunan gemi seyahatleri (cruz), üçüncü grupta yer almaktadır. Bugün birçok gemi golf, tenis, spor yarışmaları gibi spor aktivitelerini bir araya getirerek hotel veya resort olanaklarını sunmaktadır. Spor turizmi turları dünya çapındaki spor merkezlerine, spor karşılaşmalarına ziyaretçi taşımaktadır. Turlar genellikle havayolu taşımacılığı, konaklama, yerel ulaşım, biletler ve rehberlik hizmetlerini de içermektedir. Önemli ölçüde katılımcı ya da izleyiciyi çeken spor turizmi olayları büyük ya da yerel spor karşılaşmaları, olimpiyat oyunları, tenis turnuvaları, maraton, dünya kupası maçları gibi olaylardır. Ritchie, bu beşli sınıflandırmaya macera turizmi gibi bir grup daha eklemektedir (bkz. Tablo 6.) Rafting, bisiklet turları, dağcılık, kayak ve golf turizmi v.b. macera turizminin türleri arasında yer almaktadır.

Spor turizminde üçlü bir sınıflandırma yapılmaktadır⁶¹:

- Aktif spor turizmi
- Spor olayları turizmi
- Nostalji spor turizmi

Aktif spor turizmi, spor olaylarına bilfiil katılımı ile ilgili bir kavramdır. Kayak, bisiklet turları, macera turizmi, spor müsabakaları gibi olaylara aktif katılımı gerektirir.

⁶⁰Lisa Delpy Neirotti, "An Introduction to Sport and Adventure Tourism", **Sport and Adventure Tourism**, der.Simon Hudson, The Haworth Pres, Inc., New York 2003. ss. 12-23.

⁶¹Brent Ritchie ve Daryl Adair, s.9; James Higham, **Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis**, Elsevier Ltd.,Oxford 2005.

Tablo 6: Spor Turizmi Sınıflandırması

Spor Turizmi Grupları	Doğal ya da İnsan Eliyle Yapılan Faaliyetler
Turisti Çeken Yerler	• Himalayalar • Mavi Dağlar, Avustralya • Sporun doğum yerleri • Spor müzeleri • Stadyumlar • Spor temalı parklar
Resorts	• Kayak merkezleri • Su kayağı merkezleri • Spor evleri, entegre tatil yerleri, sağlık ve fitness klüpleri • Spor eğitim olanakları
Cruz	• Spor turizmi için seyahatler • Gemide spor olanakları • Spor personelinin ağırlamaları/konferanslar
Turlar	• Stadyuma, spor temalı parklara, spor karşılaşmalarına yönelik turlar
Olaylar	• Büyük ya da yerel spor olayları • Olimpiyat oyunları, Turnuvalar
Macera Turizmi	• Rafting • Bisiklet turları • Dağcılık • Kayak turizmi • Golf turizmi

Kaynak: Brent W. Ritchie ve Daryl Adair, “Sport Tourism: An Introduction and Overview”, **Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues**, der. Brent W. Ritchie, C. Michael Hall ve Chris Cooper Channel View Publications, 2004, ss.10-11.

Spor olayları turizmi, spor olaylarına izleyici olarak katılımı içermektedir. Olimpiyat oyunları ve uluslararası turnuvalar gibi büyük ölçekli (mega) boyutlarda olabileceği gibi, ulusal veya bölgesel spor turizmini geliştirmek ve yerel kalkınmayı sağlamak amacıyla küçük ölçekli de olabilir. Spor turizminin diğer bir türü olan nostalji spor turizmi ise, geçmiş yıllarda olimpiyatların, spor karşılaşmalarının düzenlendiği stadyumları, spor salonlarını ve müzeleri ziyaret etmek, profesyonel sporcuların eşliğinde tatil merkezlerinde ya da gemi seyahatlerinde spor temalı tatiller yapmaktır.

Kış sporları turizmi de spor turizminin bir türü olarak ele alınmaktadır. “Kişi başına düşen yüksek harcamasıyla en karlı pazar bölümü Batı Avrupa’daki Alplerin bulunduğu ülkeler ve Avusturya’dır”⁶². İsveç, Norveç gibi Kuzey Avrupa ülkeleri, ABD, Kanada ve Japonya gibi ülkeler kış sporlarının gelişmiş olduğu diğer ülkelerdir. Bu ülkelerde sadece kayak değil aynı zamanda eğlence ve alternatif sunumlar da gelişme göstermektedir. “Polonya, Slovakya, Çek Cumhuriyeti ve Slovenya gibi Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde de kayak merkezleri giderek gelişme göstermekle birlikte, batı Avrupa bölgeleri kadar ünlü merkezler değillerdir ve bu bölgelerdeki kayak merkezleri daha çok düşük fiyatlarıyla talep yaratmaktadır”⁶³.

Kış sporları içinde ilk akla gelenler kayak, buz pateni, atların çektiği kızaklı arabalar, uzun mesafeli kayaklar (XC skiing), kış sporları olayları gibi türler olmakla birlikte, son yıllarda çeşitlendiği ve bilinen klasik kış sporlarına çağdaş türlerin eklendiği görülmektedir. Örneğin, snowboard, snowmobiling (kar motorsikleti), snowshoeing (karda yürüyüş), heli-skiing(helikopterli kayak), köpekli kızaklar (dog sledging), kar bisikleti (snowcycling), buza tırmanma (ice-climbing), buzda araba sürme (Ice-driving), buzdan heykeller yapma (Ice sculpting) çağdaş kış sporu aktivitelerinden bazılarıdır. Kış sporlarının bu kadar çok çeşitlenmesin temel nedeni kış tatil merkezlerinin zamanla müşteri kaybetmeleri ve kış sporlarını çeşitlendirerek müşteri hacmini korumak istemeleridir. “Hudson Kuzey Amerika ve Avrupa’daki pazar eğilimlerinin analizine ilişkin yaptığı araştırmasında düzenli bir şekilde kış sporu tatili yapanların giderek artan bir kısmının hiç kayak yapmadığını bulmuştur”⁶⁴. “LoveSeed ise Kuzey Amerika’daki araştırmasında 1946 ve 1964 yılları arasında doğanların karda yürüyüş, XC skiing gibi daha hafif kış sporlarına yöneldiklerini ileri sürmektedir”⁶⁵. Bu nedenle kış sporları sunan tatil merkezleri farklı yaş gruplarını da dikkate alarak, kayağın dışında daha fazla aktivite sunarak mevcut müşterilerini elde tutmak ya da yeni müşteriler kazanmak zorundadırlar.

⁶² Peter Jordan, “Tourism and EU Enlargement: a Central European Perspective”, **Tourism in the New Europe: the Challenges and Opportunities of EU**, der. Derek R. Hall, Barbara Marciszewska, Melanie K. Smith, CABI Publishing , Wallingford, Oxfordshire, GBR, 2006, s.75.

⁶³ Peter Jordan, s.75.

⁶⁴ Simon Hudson, “Winter Sport Tourism in North America” **Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues**, der. Ritchie, Brent W; Hall, C. Michael; Cooper Chris, Channer View Publication,2004, s.80.

⁶⁵ LoveSeed, H., “Winter Sports in North America”, Travel & Tourism Intelligence, 2000-6 ss.45-62.

TUİK'in verilerine göre; Türkiye'ye sportif amaçla gelen ziyaretçilerin oranı %1,5 dir (Tablo 5). Batıdaki örneklerle karşılaştırıldığında Türkiye'de spor turizminin gelişmiş olduğunu söylemek güç olmakla birlikte, coğrafya olarak büyük bir potansiyele sahiptir. Av turizmi, olta avcılığı, kaya tırmanışı, dağ yürüyüşü, doğa yürüyüşü, atlı doğa yürüyüşü, bisiklet turları, yamaç paraşütü, su altı dalış turizmi, rüzgâr sörfü, dalga sörfü, çim pateni ve çim kayağı kış sporları açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Uludağ, Kartalkaya, Ilgaz, Kartepe, Davraz, Saklıkent, Sarıkamış, Palandöken başlıca kayak merkezleridir.

1.5.1.8. İnanç Turizmi

Çeşitli dinlere mensup kişilerin dini inançlarının gereklerini yerine getirmek için kutsal mekânlara yaptıkları seyahatler inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır. Yaşayan dinlerin hemen hepsinde yılın belirli zamanlarında o dinin mensuplarınca kutsal olan yerlere ziyaretler gerçekleştirilmektedir. Örneğin Suudi Arabistan sınırları içinde bulunan Müslümanların kutsal olarak kabul ettikleri Mekke ve Medine'ye yılın belirli aylarında hac veya umre için yapılan seyahatler inanç turizmi olmaktadır. Benzer şekilde, Hristiyanlar açısından kutsal olan İzmir Selçuk'ta bulunan Meryem Ana Kilisesi'nin ziyaret edilmesi de inanç turizmi olarak nitelenmektedir. Genellikle ibadetlerin kutsal mekânlara bağımlılığı farklı dine mensup kişileri o mekâna yönleltmekte ve bunun sonucu olarak inanç turizmini ortaya çıkarmaktadır. Üç büyük dinin Türkiye'nin bulunduğu coğrafyada doğması, Musevilik, Hristiyanlık ve Müslümanlık için önemli ibadet yerlerinin bulunması, inanç turizmi açısından Türkiye'yi önemli bir ülke durumuna getirmektedir. Meryem Ana Kilisesi, Noel Baba olarak bilinen Aya Nicolas'ın Antalya'daki mezarı, Sard harabelerindeki dünyanın ilk Sinagogu bunlardan sadece bilinen birkaç örneği oluşturmaktadır. Ancak inanç turizminin gelişmesi için sadece kutsal mekânlara sahip olmak yeterli olmayıp, yeterli tanıtımın yapılması da gerekmektedir. Türkiye'ye dini amaçlı yapılan seyahatlerin toplam içindeki payının 2001-2008 yılları arasında %0,3 ile %0,7 arasında değiştiği, 2007 yılında %0,7 olarak gerçekleşen oranın 2008 yılında %0,4'e gerilediği görülmektedir. Çeşitli dinlere

mensup kişilerce kutsal olan bu mekânların restorasyonu, çevre düzenlemelerinin yapılması, çeşitli dillere çevrilen tanıtım filmlerinin ve bültenlerinin sayısal olarak artırılması ülkemiz açısından önemli potansiyele sahip inanç turizminin geliştirilmesi bakımından gerekli görülmektedir.

1.5.2. Alternatif Turizm

Günümüzde kitle turizminin ülkelere olan katkısı ve bu turizm çeşidinden gerçekten karlı çıkıp çıkmadıkları tartışılmaya başlanmıştır. Bir yandan yoğun turist akışlarıyla ekonomik olarak büyük gelir sağladığından, refah düzeyleri artar ve halkın yaşam standartları yükselmiş görülürken, öte yandan doğal çevrenin bozulması, çevrenin kirlenmesi, kültürlerin olumsuz etkilenmesi ve moral değerlerin yitirilmesi sonucu uğranılacak ekolojik, kültürel ve sosyal kayıpların da dikkate alınması zorunluluğu ortaya çıkmaya başlamıştır. Birçok ülkede kitle turizminin gerektirdiği alt ve üst yapı gereksinimlerinin iyi öngörülememesinin sonucu çevresel kayıplar, kötü mimari mekânlar, doğal çevreyle uyumlu olmayan yapılaşmalar ve çevre kirliliği ortaya çıkmış, kısa dönemli yararlar uzun dönemdeki toplumsal yararların önüne geçmiştir. Kitle turizminin, maliyet tasarrufu ve kısa sürede daha çok hizmet vermek amacıyla, birbirinden farklı çok sayıda insanı bir araya getirerek standart bir hizmet sunması, özel istekleri karşılayamaması da bazı sorunlara neden olmaktadır. Ayrıca, kitle turizmi, ülkelerin toplum yapısını değiştirmesi, yöre kültürlerinin unutulması ve kendi öz kültürlerinin yitirilmesine yol açması nedeniyle de eleştirilmektedir. Bu nedenle, kitle turizmine tepki olarak alternatif turizm kavramı ortaya atılmıştır. Şüphesiz turizmdeki bu alternatif arayışlara nüfusun artması, küresel ısınma ve iklim değişikliklerinin yol açtığı kaynakların giderek kıtlaşması ve bu konudaki toplum bilincinin değişmesi de neden olmaktadır. Toplumsal gelişmenin diğer katmanlarında olduğu gibi, turizmde de çevreye daha duyarlı, uzun dönemde toplumun mutluluğunu düşünen ve kaynaklarını ve değerlerini daha iyi koruyan bir düşünce tarzı giderek egemen olmaya başlamıştır.

Alternatif turizmin 1970'lerden beri dünyanın farklı kesimlerinde uygulamaları görülmekle birlikte, evrensel olarak kabul görmüş tek bir tanımı

bulunmamaktadır. “Pearce’a göre, alternatif turizm kavramı, 1970’li yıllarda ve 1980’lerin başlarında desteklenen turizm projelerinde kullanılmaya başlanmıştır. Bu projeler genellikle küçük ölçekli, daha az önemli ve büyük ölçüde yerel nüfusu ilgilendiren projelerdir”⁶⁶. “*Alternatif turizm kavramı, kitle turizmine karşı tercih edilen stratejileri göstermek için benimsenmiş bir kavramdır*”⁶⁷. Zeyrek, “*alternatif turizmi; kırsal turizm, ekoturizm, doğa turizmi, “soft” (çevreye zarar vermeyen) turizm ve yeşil turizm açısından tanımlanan temel bir kavram olarak belirtmektedir*”⁶⁸. Ovalı ise, “sürdürülebilir turizm, “soft” turizm, alternatif turizm ve ekoturizm kavramlarının aynı amacı temsil eden kavramlar olduğunu ve çalışmasında ekolojik turizm kavramını kullanmayı tercih ettiğini belirtmektedir”⁶⁹. Tosun’a göre, “alternatif turizm, daha küçük çaplıdır. Bölgesel kişiler tarafından geliştirilmektedir. Sürdürülebilir turizmin içine aldığı, doğal kaynakların korunması, yerel kültürü ve toplumu ilgilendiren konulara dikkat edilmesi gibi anlayışları kabul etmektedir. Büyük tur operatörlerinden çok bölgesel ya da konuyla ilgili uzmanların ilgilendiği bir turizm çeşididir”⁷⁰.

Yukarıdaki tanım ve açıklamalardan alternatif turizmin tüm yazarların fikir birliği içinde olduğu tek bir tanımının bulunmadığı görülmektedir. Bu nedenle, alternatif turizm kavramına açıklık getirebilmek için kavramın içeriğini incelemek yararlı olacaktır. Alternatif turizm aşağıdaki unsurları içermektedir⁷¹:

- Yöre halkıyla kısa temaslar,

⁶⁶ Douglas g. Pearce, “Alternative Tourism: Concepts, Classifications and Questions”, **Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism**, der. Valene L. Smith ve William R. Eadington, University of Pennsylvania Press, 1992, s.15.

⁶⁷ John J. Pigram, “Alternative Tourism: Tourism and Sustainable Resource Management”, **Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism**, der. Valene L. Smith ve William R. Eadington, University of Pennsylvania Press, 1992, s.77.

⁶⁸ Ali Nadir Zeyrek, “Besni’de Alternatif Turizm Potansiyeli”, **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, No: 7(2), 2008, ss.451-466.

⁶⁹ Ovalı, s.66.

⁷⁰ Cevat Tosun ve diğerleri, “Alternatif Turizm ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri: Hatay Örneği”, **Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı**, Ankara Üniversitesi, Çankırı Meslek Yüksek Okulu ve Çankırı Valiliği, Çankırı 2003, <http://cmyo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/program.htm>. (12.06.20010), s.2.

⁷¹ Donald V.L. Macleod, “Alternative Tourism: A Comparative Analysis of Meaning and Impact”, **Global Tourism**, 3.b., der. William F. Theobald, Butterworth Heinemann, 2005, s.124.

- Ev sahibi aile’de daha uzun konaklama; yerel toplum ve yaşam tarzıyla daha çok bütünleşme
- Ticari olmayan öğrenme fırsatları (inceleme turları, çalışma kampları, değişim ziyaretleri),
- Çeşitli ülkelerdeki üçüncü dünya turizmiyle ilgili örgütler ve toplumsal gruplar,
- Ev sahibi ve konuk ülkelerdeki alternatif turizm seyahat acenteleri; varış yerinin kültür ve sorunlarından ziyade, çevreyi koruyan turistler ile ilgilenmektedir.

Holder (2008), alternatif turizmin temel niteliklerini şu şekilde sıralamaktadır⁷²:

- Yüksek ölçüde yerel sahiplikle küçük ölçekli gelişme,
- Çevresel ve sosyal etkileri en aza indirmek,
- Tarım gibi yerel ekonomik sektörler ile ekonominin diğer sektörleri arasındaki bağlantıları maksimize etmek ve ithalata olan bağımlılığı azaltmak,
- Turizm harcamalarının çoğunluğunun yerel halkta kalması,
- Güç paylaşımının yerelleşmesi ve karar alma süreçlerine yerel halkın da katılması,
- Gelişim hızının dış etkilerden ziyade yerel insanlar tarafından yönetilmesi ve kontrol edilmesi.

Alternatif turizmin yukarıda sıralanan niteliklerinden ve tanımlardan yararlanarak daha geniş kapsamlı bir tanımlı yapılabilir. Alternatif turizm; *planlı ve programlı olarak yöre halkının katılımıyla ve onların kontrolünde uzun vadede gelişme sağlayan, değişime karşı direnç gösteren, küçük ölçekli işletmeler ile yerel mimariye uyumlu, çevreye ve kültüre karşı duyarlı ve onlarla bütünleşme sağlayan ve kitle turizminin dışında kalan bir turizm çeşididir*. Literatürde alternatif turizmin çeşitleri farklı şekillerde sınıflandırılabilir. “Bu sınıflandırmada genellikle

⁷² Andrew Holder, **Environment and Tourism**, Routledge, London, 2008, s.233.

ülkenin çekicilik özellikleri yanında (işletmeler, doğal güzellikler, sosyo-kültürel zenginlikler), dünya konjonktüründeki moda eğilimlerinin de dikkate alındığı görülmektedir”⁷³. Bu çalışmada kitle turizmine karşı ve onun dışında kalan turizm çeşitlerini içeren, daha geniş kapsamlı temel bir kavram olarak ele alınmıştır. Aşağıda alternatif turizmin başlıca çeşitleri ele alınarak kısaca incelenmekte ve tarımsal turizm kavramı üzerinde durulmaktadır.

1.5.2.1. Macera Turizmi

Şehir ve çalışma yaşamının rutin veya stresli ortamından kurtulmak isteyenler dağ, akarsu ve orman gibi doğal kaynaklara dayalı macera turizmine yönelmektedirler. “*Macera turizmi, değişiklik arayan, tehlikeden ve yüksek riskten hoşlananların katıldıkları bir turizm türüdür*”⁷⁴. Bir çok insan rutin çalışma hayatından ve stresli şehir yaşamından sıkılarak, kısa süre için bile olsa, doğal yaşamda heyecan verici dağcılık, rafting (hızla akan, çağlayan akarsuların beş veya dokuz kişilik şişme botlarla geçilmesi), yamaç paraşütü, mağaracılık gibi aktivitelere katılmak istemekte ve vahşi doğa karşısında kendi gücünü deneyerek heyecan duymaktadır.

Dünyada dağcılığın geliştiği önemli coğrafyalar arasında Asya’da Himalaya dağları, Avrupa’da Alpler örnek olarak gösterilebilir. Yüzölçümünün yaklaşık %55’ ini dağlık alanların oluşturduğu Türkiye’de ise Ağrı dağı Nuh’un gemisinin bulunması nedeniyle macera turizmi açısından önem taşırken, yükseklik itibariyle de dağcılarının en çok tırmandığı dağ olma özelliğini taşımaktadır. Türkiye coğrafi yapısıyla rafting, kanoculuk, mağaracılık, yamaç paraşütü, avcılık gibi macera turizminin diğer çeşitleri açısından da önemli bir potansiyel taşımaktadır. Çoruh Nehri, Manavgat Çayı, Fırtına Deresi, Altıparmak Çayı, Anamur Çayı, Göksu Nehri Türkiye’de rafting’e uygun olan akarsulardan bazılarıdır. Mağara sayısı açısından

⁷³ Mehmet Çontu, “Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizm Örneği”, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, s.12.

⁷⁴ Yüksel öztürk ve İrfan Yazıcıoğlu, “Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma”, <http://www.projeyayli.gazi.edu.tr/italya/tr/belgeler/kaynaklar/ozlemp3.pdf> . (12.06.2010).

dünyanın sayılı ülkeleri arasında bulunmasına rağmen, turizme açılan mağaralar genellikle Antalya, İzmir ve Aydın çevrelerinde bulunmaktadır. Macera turizminin bu türleri doğal koşullarda yapılan, çevreyi kirletmeyen ve betonlaşmaya yol açmayan özelliğiyle alternatif turizmin önemli potansiyel taşıyan ve ülkemize büyük katkı sağlayacak bir çeşididir.

1.5.2.2. Sağlık Turizmi

*“Sağlık turizmi, kısaca tedavi amacıyla yapılan seyahatlerdir. Başka bir ifadeyle, sağlık turizmi, fizik tedavi ve rehabilitasyon gereksinimi olanlarla birlikte uluslararası hasta potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine olanak sağlayan turizm türüdür”*⁷⁵. Kaplıca, ılıca, içmeler, şifalı sular v.b. faydalı mineraller içeren doğal kaynakların sağlık verici özelliklerinden ve bunları tamamlayan sağlık kürleri ve tıbbi hizmetlerden yararlanmak üzere bu kaynakların ziyaret edilmesi sağlık turizmi olarak nitelenmektedir. Sağlık turizmi genellikle termalizm ve klimatizm olmak üzere iki alt başlık şeklinde ele alınmaktadır. Ayrıca bunlara ek olarak bazı çalışmalarda üçüncü bir tür olarak doğrudan doktorun müdahalesini ve tedavisini gerektiren *”tıbbi turizm”* ya da *“medikal turizm”*den söz edilmektedir. Bazı operasyonlarda daha başarılı sonuçların elde edilmesi veya daha uygun fiyatlarla tedavi edilmesi nedeniyle başka bir ülkeye tedavi amacıyla yapılan seyahatler tıbbi turizm olarak adlandırılmaktadır. Önceleri Uzakdoğu ülkelerinde başlayan tıbbi turizm daha sonraları tedavinin düşük fiyatlarla gerçekleştirildiği Avrupa ülkelerine de yayılmıştır. Örneğin, Macaristan ve Polonya dış bakımında, Belçika estetik cerrahi ve obezite tedavisinde öne çıkan ülkelere bazılarıdır. AB ülkeleriyle karşılaştırmalı olarak incelendiğinde Türkiye’nin tıbbi turizmdeki en önemli avantajı, yüksek kalitedeki sağlık hizmetini Avrupa’dan daha düşük fiyatlarla sunabilmesidir.

İnsan sağlığına olumlu katkı sağlayan termal sular ve şifalı çamur banyolarıyla, bunlara destek sağlayan rehabilitasyon, egzersiz ve diyet gibi kürlerin doktor veya fizyoterapist denetiminde uygulanmasına termalizm ve bu amaçla yapılan seyahatlere de termal turizm denmektedir. Günümüzde tıp otoriteleri de

⁷⁵ İge Pınar, “Sağlık Turizmi, Özellikleri ve İzmir İçin Potansiyel”, V. Turizm Sempozyumu Sağlık Turizmi, Dokuz Eylül Üniversitesi, BİMER, İzmir 2007, s.32.

bazen tedaviye ek olarak, bazen de dinlenme, zindeleşme, tedavi v.b. amaçlarla termalizmi önermektedir. Sağlıklı kalmak veya sağlığa kavuşmak için şifalı sularla yüzyıllardır tedavi yapılmaktadır. “*Sanus Per Aquam*” kelimelerinin kısaltılması olan SPA, dilimizde bilinen anlamıyla “Sudan Gelen Sağlık”, Romalılardan günümüze kadar gelen, çeşitli masaj ve yağlarla yapılan su ve çamur terapileri, aroma terapileri, güzellik ve bakım kürlerini de içeren yardımcı bir tedavidir. “Orta Avrupa’da Avusturya’da, Slovenya ve Macaristan yakınlarında önemli SPA merkezleri bulunmaktadır. Çek Cumhuriyeti’nde Karlovy Vary ve Marianske Lazne ve Hırvatistan’da Opatija bilinen en ünlü termal merkezlerdir”⁷⁶. “Önemli bir jeotermal kuşak üzerinde yer alan Türkiye ise, kaynak zenginliği ve potansiyeli açısından dünyada ilk yedi ülke arasına girmektedir. Sıcaklıkları 20 C-110 C arasında değişen 1000’in üzerinde kaynak bulunmaktadır. Bu kaynaklardan 200’ün üzerinde termal merkez oluşturulmuştur”⁷⁷. Genellikle Marmara ve Ege Bölgelerinde yoğunlaşan bu termal merkezlerden en önemlileri Balçova, Yalova, Afyon-Ömer-Sandıklı, Pamukkale, Gönen, Haymana, Havza ve Bolu termal tesislerdir. Bu modern tesislerde Jeotermal kaynaktan yararlanılarak balneolojik (mineralize termal sularda yapılan kür uygulamaları) hizmet verilmektedir.

Sağlık turizminin ikinci çeşidi olan *klimatizm*; *hastaların dağ, deniz, yayla ve mağara gibi ortamların özel iklim koşullarından yararlanarak tedavi olmalarını, sağlıklı kişilerin de dinçlik ve zindelik kazanmalarını sağlayan iklim tedavisidir*. 800-2000 m arasında bulunan yoğun orman ve zengin bitki örtüsünün bulunduğu dağlık alanlar ve yaylalar, yazları serin, kışın ise yoğun güneş ışığı nedeniyle daha ılık olan iklim özellikleri ve temiz havasıyla özellikle büyük kentlerin sağlıksız ortamında yaşayan insanları kendisine çekmektedir.

Türkiye gerek termal turizm gerekse klimatizm açısından önemli potansiyele sahip bir ülkedir. Ancak termal tesislerin genellikle İl Özel İdaresi tarafından yönetiliyor olması ve çoğunun işletmecilik anlayışından yoksun bulunması en önemli

⁷⁶ Peter Jordan, s.76.

⁷⁷ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Sağlık turizmi”, <http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF679A66406202CCB08F9873A8E009DA42> . (15.07.210).

eksiklik olarak görülmektedir. Bu merkezlerin ve çevresel düzenlemelerin Avrupa'daki benzerlerinin düzeyine getirilmesi alternatif turizmin bir türü olan sağlık turizminin gelişmesi ve ülkeye önemli bir kaynak sağlaması açısından yararlı olacaktır.

1.5.2.3. Yat Turizmi

Gemi adamları yönetmeliğine göre; yat tipinde inşa edilmiş, gezi, eğlence ve spor amacıyla kullanılan, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfağı olan gemiler özel yat olarak; yük, yolcu veya balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, taşıdığı yolcu sayısı otuzaltıyı geçmeyen, ticari olarak gezi ve spor amacıyla yararlanılan gemiler ise ticari yat olarak tanımlanmaktadır⁷⁸. Bu tanımlardan yatçılığın gezi, eğlence ve spor amacıyla sınırlı sayıda kişiyle yapılan turistik bir faaliyet olduğu anlaşılmaktadır. Ancak son yıllarda boy ve tonajları yat tanımına uymayan “mega yat” olarak adlandırılan, daha fazla sayıda yolcu taşıma kapasitesine sahip yatlarla gezi ve eğlence amaçlı seyahatler de dünya yat turizminde giderek artan ölçüde rağbet görmeye başlamıştır. “Ülkeden ülkeye tanımları değişmekle birlikte, Türkiye’de 100 feet (30,48 metre) ve üzeri yatlar mega yat olarak kabul edilmektedir”⁷⁹.

8333 km kıyısı olan Türkiye’nin en fazla Ege ve Akdeniz kıyıları yat turizmi açısından rağbet görmektedir. En donanımlı marinalar da benzer şekilde güney Ege ve Akdeniz kıyılarında İzmir, Kuşadası, Bodrum, Datça, Marmaris, Göcek, Fethiye, Kalkan, Kaş, Finike, Kemer ve Antalya’da yer almaktadır. Tablo 7’ de Türkiye’deki marinaların mavi bayrak sıralaması açısından Avrupa ülkeleri arasındaki yeri görülmektedir. Yat turizmine katılan turistler mürettebatlı veya mürettebatsız (bareboat) yatlar kiralarak Ege ve Akdeniz kıyılarında gezinti yapma olanağına sahiptir. Mürettebatlı teknelerin büyük bir kısmında ülkemize özgü bir seyahat ve tatil türü olan “mavi yolculuk” turizmi yapılmaktadır.

⁷⁸ Gemiadamları Yönetmeliği, 31.07.2002 tarih ve 24832 sayılı Resmi Gazete, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/21117.html>. (12.07.2010).

⁷⁹ Deniz Ticaret Odası, s.218.

Tablo 7: Mavi Bayraklı Marina Sıralaması

Sıralama	Ülkeler	Marina	Sıralama	Ülkeler	Marina
1	Almanya	111	9	<u>Türkiye</u>	14
2	İspanya	84	10	Portekiz	14
3	Hollanda	76	11	Yunanistan	9
4	Fransa	74	12	21 ülke	44
5	Danimarka	69			
6	İtalya	61			
7	İsveç	51			
8	Hırvatistan	20		Toplam	627

Kaynak: Halkbank, s.33.

Yat turizmi limanlar arasında düzenli yolcu taşımacılığından daha çok, gezi, eğlence veya spor amacıyla az sayıda kişinin katılımıyla doğal ve sakin koy veya körfezler arasında düzenlenen, doğa, deniz, temiz hava ve spor tutkunlarını çeken bir alternatif turizm çeşididir. Bu turizm türünde aynı yatta seyahat eden belli sayıdaki yolcular ve mürettebat arasında gerçekleşen yüz yüze ilişki, insanların birbirlerini ve kültürlerini daha yakından tanıma olanağı sağlar. Bu özelliklerinden dolayı yat turizmi kitle turizm türünden farklılaşmakta ve bir alternatif turizm türü olarak kabul edilmektedir.

1.5.2.4. Golf Turizmi

Batılı ülkelerin sporu olan golf, açık havada ve çim üzerinde oynanan bir spor dalıdır. İnsanların golf oynamak veya izlemek amacıyla seyahat etmeleri ve konaklamaları sonucunda golf turizmi ortaya çıkmaktadır. Bu sporun yapıldığı ülkelerde veya bölgelerde hava koşullarının iyi olması ve ılıman iklimin uzun sürmesi, golf sezonunun uzun sürmesi anlamına geldiğinden son derece önemlidir. İklim, bir sahada golf oynamayı imkânsız hale getirdiğinde, turistler koşulların elverişli olduğu başka ülke sahalarına yönelmektedirler.

Her yaş grubu tarafından oynanabilen bir spor olmasına karşın, daha çok yüksek gelir düzeyine sahip kişilerin katıldığı, üçüncü yaş turizmi olarak ortaya çıkmaktadır. Golf turizminde turistlerin kişi başına düşen harcamaları, ortalama turizm harcamalarından daha yüksektir. “EMA bölgesinde (Avrupa, Akdeniz ve Asya) yapılan araştırmada 2006 yılında bir haftalık tatil yapan golf turistinin günlük ortalama 250 Avro harcama yaptığı, bu harcamanın da %26’sının doğrudan golf sektörüne yönelik olduğu saptanmıştır”⁸⁰. Tüketim gücü yüksek olan bu grubun ülke ekonomisine sağladığı katma değer de diğer turizm türlerine oranla daha fazla olmaktadır.

Golf alanları genellikle orman alanlarında veya yakınlarında kurulan ve çok geniş bir alanı kapsayan pahalı yatırımlardır. Ormanları yok etmesi nedeniyle eleştirilere de uğramaktadır. Ancak yer değiştirme ile ağaç kesimi en aza indirilerek, hatta bölge ağaçlandırılarak, çevre düzenlemeleri, göletler ve bölgede çirkin yapılaşmaların önlenmesi suretiyle doğaya ve çevreye katkısı da artırılmaktadır. Genellikle çevreci bir turizm türü olarak kabul edilen golf turizmine getirilen başka eleştiriler de bulunmaktadır. Golf sahalarının sayısının artmasına bağlı olarak su, kimyasal gübre ve ilaç kullanımının artması, tarım alanlarının golf sahalarına dönüştürülmesi nedeniyle çevrede yaşayanların yaşam kalitesinin azalması gibi. Bu nedenle golf turizmi geliştirilirken olumlu yanları kadar olumsuz yanları da iyi değerlendirilmeli ve yer seçimi buna göre yapılmalıdır. “Türkiye 15’i Antalya’da 2’si İstanbul’da ve 1’i Bodrum’da olmak üzere 18 golf sahasına sahiptir”⁸¹. Belek Bölgesi’nde bulunan golf sahaları elverişli iklim koşulları nedeniyle yılın tamamı kullanılabilen özellikte olup, Türkiye’yi golf turizminde önemli bir konuma getirmektedir. Tablo 8’de Batı Avrupa ve Türkiye’deki golf arz ve talep durumları karşılaştırılmaktadır.

⁸⁰ Arife Aycan Kasap ve Gökçen Faiz, “Bir Endüstri Olarak Golf”, **Türkiye Golf Federasyonu Yayınları**, 2008, www.tgf.org.tr/docs/yayinlar/Bir_Endüstri_Olarak_Golf.f, s.40. (12.07.2010).

⁸¹ Türkiye Golf Federasyonu, 2011, <http://www.tgf.org.tr/> s.1. (02.07.2011).

Tablo 8: Batı Avrupa’da ve Türkiye’de Golf Arz ve Talep Durumları (2007)

Ülkeler	Saha Sayısı	Saha Başına Nüfus	Oyuncu Sayısı	Saha Başına Oyuncu
Fransa	549	110.485	378.275	689
İtalya	199	191.975	84.117	423
Portekiz	76	139.029	13.858	182
İspanya	304	146.037	298.614	982
Türkiye	18	3999.055	5.050	280

Kaynak: Kasap ve Faiz, s.42.

Dünyada ABD ve Japonya’da zirvede olan golf, Fransa, İtalya İspanya ve Portekiz gibi AB ülkelerinde de gelişme göstermektedir. Türkiye’nin de bu çevreci ve katma değeri yüksek alternatif turizm çeşidinden daha iyi yararlanabilmesi ve turizm gelirlerini yükseltmesi için golf sahalarının sayısını artırması, alt ve üst yapı yatırımlarını gerçekleştirmesi gerekmektedir.

1.5.2.5. Ekoturizm

Kısaca ekoturizm olarak belirtilen ekolojik turizm, oldukça yeni bir kavramdır. Literatürde ekoturizmin genellikle 1980’li yıllardan sonra gelişme gösterdiğine ilişkin yaygın kanaat bulunmaktadır. Ancak “Avustralya, Yeni Zelanda ve ABD gibi ülkelerde daha 19. yüzyılda, bireylerin ya da örgütlerin politik baskıları sonucunda milli parklar ve vahşi yaşam alanları oluşturulmaya başlanmıştır”⁸². “1965’li yıllardan sonra ekonomik ve kırsal kalkınmanın sağlanmasında önemli bir unsur olarak görülmeye başlanmış ve 80’lerden sonra ise turizm girişimcileri turistleri çekmek için plaj, müze ve kent gibi öğeler yerine yeni alanlara ihtiyaç duymuş ve doğayla ilgili seyahatlerde bu kavramı kullanmaya başlamışlardır. Fakat İngilizce olarak yazılmış akademik literatürde ilk kez Romeril tarafından 1985 yılında kullanılmıştır”⁸³. Görüldüğü gibi, ekoturizmin temelleri ve bu alandaki ilk uygulamalar, çok eskiye uzanmakla birlikte, kavram olarak ele alınması ve bir turizm türü olarak geliştirilmesi oldukça yenidir. Ancak 1980’lerden sonra turizm işletmeleri ekoturizmin önemli bir pazar potansiyeline sahip olduğunun farkına

⁸²Robin M. Self, Donald R. Self ve Janel Bell-Haynes, “Marketing Tourism in the Galapagos Islands: Ekotourism or Greenwashing?”, 2010 IABR&ITLC **Conference Proceedings** Orlando, FL, USA, s.2.

⁸³Self, Self ve Bell-Haynes, s.2.

varmış ve “eco” kavramını kullandıkları paket turlar düzenlemeye başlayarak bu turizm türüne katkıda bulunmuşlardır.

“Ekoturizm, doğal alanları bozmadan, onun doğal güzelliklerine, manzarasına, vahşi bitki örtüsüne, hayvanlara ve bu alanlarda bulunan kültürel kaynaklara hayranlık duyma veya doğayı incelemek gibi belirli bir hedefe yönelik olarak yapılan seyahatlerdir”⁸⁴. “Uluslararası Ekoturizm Topluluğu, TIES (The International Ecotourism Society); “ekoturizmi, çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını geliştiren, doğal alanlara karşı duyarlı ve sorumlu seyahat”⁸⁵ olarak tanımlamaktadır.

Hetzer 1997 yılında daha sorumlu bir turizm anlayışı için dört unsurun izlenmesi gerektiğini belirtmektedir. Bunlar⁸⁶;

- Minimum çevresel etki,
- Yöre kültürleri açısından minimum etki ve maksimum saygı,
- Ev sahibi ülkeye maksimum ekonomik yarar,
- Turistlere maksimum dinlenme tatminidir.

Benzer şekilde Wallace ve Pierce de 1996 yılında yapılan turizm faaliyetinin gerçekten ekoturizm olarak adlandırılabilmesi için altı ilkenin gerekli olduğunu ileri sürmektedir. Bunlar⁸⁷;

- Çevre ve yöre halkı üzerindeki negatif etkinin en aza indirilmesi,
- O yerin doğal ve kültürel sisteminin farkındalığının sağlanması ve bu sistemleri etkileyen ziyaretçilerin ilgisinin artırılması,

⁸⁴ David A. Fennell, “Ecotourism: An Introduction”, GBR Routledge, London 1999, s.30.

⁸⁵ The International Ecotourism Society (TIES), “What is Ecotourism”, 1990, http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism_The_International_Ecotourism_Society.htm (21.07.2010).

⁸⁶ Fennell, s.31.

⁸⁷ George N. Wallace ve Susan M. Pierce, “Ecotourism in Amazonas, Brazil”, Annals of Tourism Research, Volume 23, Issue:4, 1996, s.848.

- Yasal olarak korunan ve diğer doğal alanların yönetimine ve korunmasına katkı sağlanması,
- Turizmin miktarının ve türünün belirlenmesi sürecine yöre halkının erken ve uzun dönemli katılımının artırılması,
- Yöre halkını ekonomik ve diğer yararlarla yönlendirmesi,
- Diğer insanların merak ederek görmek için geldikleri şeyler hakkında daha fazla öğrenmek, doğal alanları ziyaret etmek ve yararlanmak için yöre halkına ve doğa turizmi çalışanlarına özel fırsatlar sağlanmasıdır.

Tüm bu tanım ve ilkelerden ekoturizmin, doğaya, çevreye, topluma ve kültürlerle saygılı, onu koruyan ve bunlar üzerinde en az negatif etki yaratan bir alternatif turizm türü olduğu anlaşılmaktadır. Geri dönüşüm ilkesi doğrultusunda enerji ve suyun yeniden kullanımının sağlanması, doğal alanların florası, faunası, jeoloji ve ekosisteminin tahrip edilmemesi gerekmektedir. Geri dönüşümü olmayan kaynakların kullanımını en düşük düzeyde tutulması ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına özen gösterilmelidir. Küresel olarak doğal alanlara ve kaynaklara “hepimizin evi” olarak bakılması, ayrıca, o çevrede yaşayan insanların ihtiyaçları, kültürleri ve o yöre ile olan ilişkileri göz önünde bulundurularak “yöre halkının evi” olarak yaklaşılması gerekir. Ayrıca ekoturizm yerel kültürlerle de saygılı ve duyarlı olmalıdır. Kültürel değerleri koruyarak ziyaretçiler ve yerel halk üzerinde olumlu deneyimler yaratırken, ev sahibi ülkenin politik, çevresel ve sosyal konularda duyarlılığını arttıran bir etki de yaratmalıdır.

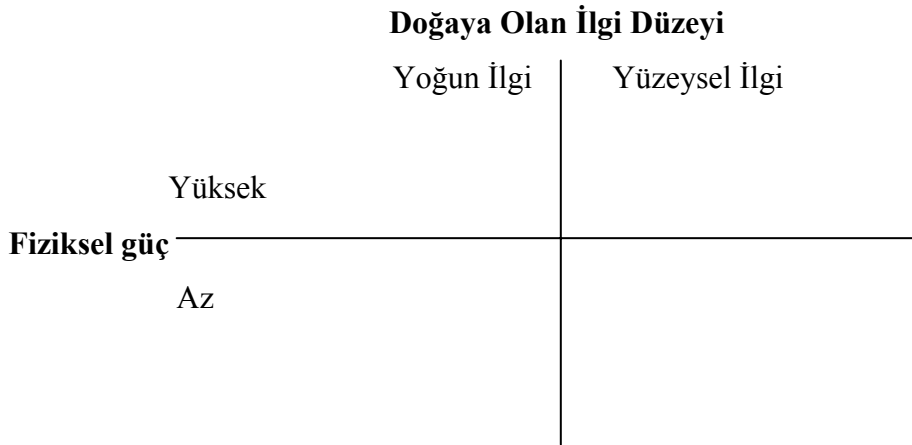
Ekoturizmin önemli niteliklerinden biri de ekoturistlerin seyahate katılmalarındaki en önemli güdünün eğitim olmasıdır. Turistler çevre, vahşi yaşam ve yöre hakkında bir şeyler öğrenirken, yerel halk da çevreyi korumanın önemi hakkında bir şeyler öğrenir. Ekoturistler seyahate çıkmadan önce bu amaçla hazırlık yaparlar, yöre halkı ve çalışanlara da kendi yöreleri hakkında daha fazla öğrenmeleri açısından fırsat sağlanmış olur.

Ekoturizmin diğer önemli bir niteliği de yöre halkının kalkınması ve doğal kaynakların korunması amacıyla finansal kaynak sağlamasıdır. İstihdam sağlayarak

bir yandan yerel halkın yaşam standardını yükseltirken, diğer yandan da çevrenin ve doğal kaynakların korunmasını sağlayacak finansal desteği sağlar. Yörenin çevresel ve sosyal kapasitesini aşmayacak şekilde turizmi planlı ve sürdürülebilir şekilde geliştirir. Buradaki temel varsayım, yöre halkının planlı ve sürdürülebilir bir turizmi isteyeceği ve doğal kaynaklardan sürekli yararlanarak kendilerine gerekli finansal kaynağı çekebilmeleri için bu kaynakları korumak isteyecekleridir.

Ekoturizm kendi içinde gruplara ayrılmaktadır. Çevreyi koruma derecesine göre aktif ve pasif ekoturizm olarak ikiye ayrılabilirdiği gibi, spor turizminde olduğu gibi, “*hard*” ve “*soft*” olarak da gruplandırılmaktadır. “Laarman ve Durst, bilim adamlarının ekoturizme ilgilerinin daha fazla olduğunu ve bazı ekoturistlerin de deneyimlerini gerçekleştirmek için daha fazla güçlüğe katlanmaya ve fiziksel güç kullanmaya istekli olduğunu ileri sürmektedir”⁸⁸. Daha yoğun ilgi gösterilmesi ve daha fazla fiziksel güç harcanması durumunda “*hard*” ekoturizmden söz edilmektedir. Şekil: 3. Ekoturizmin doğaya olan ilgi düzeyine ve deneyim için harcanan fiziksel güce bağlı olarak “*hard*” ve “*soft*” boyutlarını göstermektedir.

Şekil 3: Ekoturizmin “Hard” ve “Soft” Boyutları



Kaynak: Fennell, s.35.

“1990’lı yılların başlarında ekoturizm yılda %20-34 oranında büyüme göstermiştir. 2004 yılında ise ekoturizmin küresel olarak turizm endüstrisindeki

⁸⁸ Fennell, s.34.

büyüme oranından üç kat daha hızlı büyüdüğü belirlenmiştir”⁸⁹. “2005 yılında uluslararası turizm hareketleri içinde ekoturizme katılanların oranı %5 iken, toplam turizm harcamasında ekoturizmin oranı %7 olarak gerçekleşmiştir”⁹⁰.

Ekoturistler bazı özellikleri açısından diğer turistlerden farklılaşmaktadır. TIES’in verilerine göre, “ekoturistler 35-54 yaş arasında, genel turist ortalamasından daha yüksek eğitilmiş (%82’si yüksek okul mezunu), yaptıkları aktivitelerde farklar olmasına rağmen %50’si kadın %50’si erkek, daha yüksek gelir düzeyinde ve diğer turistlerden daha fazla para harcama eğilimindedirler”⁹¹. Ayrıca “yüksek düzeyde çevreci, sürdürülebilirliği destekleyen, fiziksel olarak mücadele ve aktif deneyimler isteyen, küçük gruplar halinde seyahat eden, uzun yolculuklar yapabilen, daha az hizmet bekleyen, kendi seyahatini düzenleyebilen ve bilgi araştırmada genel turist ortalamasından daha aktif olarak bulunmuştur”⁹².

Diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi ekoturizmin olumsuz yönleri de bulunmaktadır. “Ekoturizm iyi planlanmadığı durumlarda, kitle turizmi kadar çevresel tahribata sebebiyet verebilmektedir. Bunun nedeni ekoturizm destinasyonlarının hassas ekosistemler olması ve bu bölgelerde yapılacak herhangi bir turizm hareketinin doğal kaynakların yok edilmesi, hatta çevresel kirliliğin yaratılmasına neden olabilmesidir”⁹³.

⁸⁹The International Ecotourism Society (TIES), TIES Global Ecotourism Fact Sheet, <http://www.ecotourism.org/atf/cf/%7B82a87c8d-0b56-4149-8b0a-4aaced1cd38%7D/TIES%20GLOBAL%20ECOTOURISM%20FACT%20SHEET.PDF> (22.10.2010)

⁹⁰ DPT, **Dokuzuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, s.20.

⁹¹Megan Epler Wood, “Ecotourism: principles, Practices AND Polcies”, **United Nations Environment Programme Division of Technology and Economics UNEP and The International Ecotourism Society TIES**, 2002, UNEP, Erişim: http://www.ecotourism.org/atf/cf/%7B82a87c8d-0b56-4149-8b0a-c4aaced1cd38%7D/2002_UNEP-ECOTOURISM-RINCIPLES_EPLERWOOD.PDF (22.10.2010). Bu değerlendirmelerle oldukça örtüşen Avrupa ekoturist profili için bkz. TIES Global Ecotourism Fact Sheet.

⁹² Self ve diğerleri, s.4.

⁹³ Esin Özkan Yürük, “Turizmin Geleceği: Ekoturizm”, Erişim: <http://ekoturist.com/ekoturizm-makaleler-bilgi/12-ekoturizm-turizm.html>. (12.11.2010).

1.5.2.6. Kırsal Turizm

“Literatürde kırsal turizmin yaygın olarak kabul edilen bir tanımı olmadığı yönünde genel bir kanı bulunmaktadır”⁹⁴. “Ratz ve Puczko’ ya (1998) göre, kırsal turizm kırsal kesimdeki tatile 19. yüzyılda başlayan ve gelişen ilgi yüzünden hem eski hem de yeni bir olaydır”⁹⁵.

Kırsal turizm kısaca “*kırsal kesimde yapılan turizm*” olarak tanımlanabilmesine karşın, bu tanım farklı ülkelerde ortaya çıkmış, farklı şekil ve anlamlardaki karmaşık faaliyetleri içermemektedir. Daha geniş bir tanım Gannon tarafından yapılmıştır. “*Kırsal turizm, kendi bölgelerine turistleri çekmek ve kendi işletmeleri açısından ekstra bir gelir sağlamak için çiftçiler ve kırsal kesimde yaşayan kimseler tarafından sağlanan bir dizi faaliyetler ve hizmetleri içerir*”⁹⁶. Bu tanımdaki temel sorun; tarımsal turizm, doğa turizmi, kırsal alanlardaki turlar, dinlenme turizmi, köylere yapılan ziyaretler, bisiklet turları, kırsal kesimdeki küçük kongre ve konferanslar da dahil olmak üzere çok geniş bir dizi turizm türünü içermesidir. Ayrıca, konaklamanın yanı sıra, çeşitli olaylar, festivaller, açık havada yapılan dinlenmeler, tarımsal ürünler ve el sanatlarının üretimi ve satışı gibi hizmetler de tanımın içeriğine girmektedir⁹⁷.

Kırsal turizm, kırsal alanlarda yapılan turizm olduğuna göre, kırsal alanların tanımlanması da gerekmektedir. Ancak bu konuda farklı ülkelerde farklı ölçütler kullanılması nedeniyle kırsal alanın değişmez bir tanımını da bulmak güçleşmektedir. “Genellikle mevcut istatistiksel ve coğrafi verilere dayalı olarak

⁹⁴ Anders Sorenson ve Per-Ake Nilson, “What is Managed When Managing Rural Tourism? The Case of Denmark”, **New Direction in Rural Tourism**, der. Derek R. Hall, Lesley Roberts ve Morg Mitchell, Ahgate Publishing Ltd., 2003, s.56.

⁹⁵ T. Ratz ve L. Puczko, “Rural Tourism and Sustainable Development in Hungary”, **Rural Tourism Management: Sustainable Options**, der.D. Hall ve L. O’Hanlon, International Conference, Conference Proceedings, Scottish Agricultural College, Auchincruive, Ayr, Scotland, UK, 1998, ss. 450-464.

⁹⁶ Ratz ve Puczko, s. 453.

⁹⁷ Sultan Gündüz, “Ankara İli Kalecik İlçesinde Tarımsal Turizme Uygun Alanların Saptanması ve Tarımsal Turizm Modelinin Oluşturulması Üzerine Bir Araştırma”, (yayımlanmamış doktora tezi), Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara 2004, s.37; Ratz ve Puczko, s.453.

tanımlamalar yapılmakta ve “geçici durum” ve “uzaklıkla” ilişkilendirilmektedir. Kırsallık ile ilgili tartışmalarda başlıca üç nokta üzerinde durulmaktadır⁹⁸:

- Yerleşim yerinin büyüklüğü ve nüfus yoğunluğu,
- Alanda tarım ve ormanın baskın olması,
- Geleneksel sosyal yapı, toplumsal kimlik ve miras sorunu.

Kırsal alanlarda yapılan turizm faaliyetini tanımlamak için tarımsal turizm, çiftlik turizmi, kırsal turizm, alternatif turizm, ekoturizm gibi çeşitli kavramlar kullanılmaktadır. Bu kavramlar ülkeden ülkeye hatta yazarlara göre farklı anlamlar taşıyabilmektedir⁹⁹. Ükelere göre değişen bu farklı tanımlar nedeniyle, izleyen kısımda tarımsal turizm açıklandıktan sonra, kırsal turizm ile arasındaki farklara değinilecektir.

Genellikle her ülke kırsal turizmi diğerlerinden farklı bir şekilde tanımlamaktadır. Örneğin, “Kıbrıs’ta kırsal ve dağlık Troodos bölgesindeki köylerde geleneksel konaklama olanakları ile yapılan kırsal turizm, tarımsal turizm olarak adlandırılmaktadır”¹⁰⁰. Öte yandan, “İngiltere’de kırsal turizm, hem evinden uzakta kalarak kırsal kesimde konaklamayı hem de ziyaretler, yürüyüş, bisiklete binme ya da eğlendirici çok sayıda bir dizi etkinliğe katılmayı içermektedir”¹⁰¹. “Turistler köy pazarlarında, kahve, lokanta ve dükkânlarda para harcarlar ve böylece yerel üreticiler ve yerel girişimciler için çeşitli fırsatlar yaratılır. Özellikle otel ya da pansiyonlarda gece konaklayanlar yatak ve kahvaltı; çiftlik, karavan, kamp yeri ya da arkadaş veya akrabalarda kendi yiyeceğini hazırlayarak konaklamayı talep ederler”¹⁰². Bununla birlikte “Avrupa Birliği kırsal alanlardaki her çeşit turizm faaliyeti için bu kavramı kullanmayı tercih etmektedir”¹⁰³.

⁹⁸ I. Vanslebrouck ve G. Van Huylenbroeck, **Landscape Amenities: Economic Assessment of Agricultural Landscape**, Netherlands 2005, s. 61.

⁹⁹ Vanslebrouck ve Huylenbroeck, ss.59-68.

¹⁰⁰ Richard Sharpley, “Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus”, **Tourism Management**, 2002, ss. 233-234.

¹⁰¹ SEEDA 2009, s. 8. <http://www.seeda.co.uk/publications/docs/RuralTourism.pdf> (28.05.2009).

¹⁰² SEEDA, s. 8.

¹⁰³ Colin Michael Hall ve Stephen Page, **The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place And Space**, 3.b, Routledge 2006, s. 230.

Macaristan’da özel bir kavram olarak “köy turizmi” (village tourism) kavramı kullanılmaktadır. Slovenya’da kırsal turizmin en önemli şekli “çiftlik turizmi” dir¹⁰⁴. “Verbole (2000), Slovenya’da kırsal turizmin gelişimi üzerine yaptığı araştırmalarda yerel toplumların kaynakları, ilgileri, ihtiyaçları ve kırsal turizmin gelişimine bakışlarının homojen olmadığını bulmuştur. Ayrıca kırsal turizmdeki bu gelişmelerden de eşit bir şekilde yararlanılmamaktadır”¹⁰⁵. Çünkü her yöre kendi özgün değerlerinden yararlanarak yapılabilecek faaliyetleri zenginleştirmektedir. Bozulmamış doğal çevrede ilginç kırsal alanları gezmek, doğa yürüyüşleri, kırsal tatil köyleri, köylülerin yaşadığı evler, otantik mimari yapı, köylülerin yaşam tarzları, yerel el sanatları, tarım, hayvancılık, balıkçılık, avcılık veya kuş gözlemciliği gibi etkinlikler yörelere göre farklılaşmaktadır.

Bu turizm türü genellikle aşağıdaki ortak özellikler içermektedir¹⁰⁶:

- Kırsal alanlarda yer alırlar,
- Küçük ölçekli girişimler, açık alan, doğa ve doğal dünya, doğal miras, geleneksel toplumlar ve geleneksel uygulamalar gibi kırsal kesimin özellikleri üzerine oluşurlar,
- Faaliyetlere, geleneklere ve yöre halkının yaşam tarzına katılmaya izin verirler,
- Kişilerle teması sağlarlar,
- Binalar ve yerleşim yerleri açısından küçük ölçeklidirler,
- Yavaş ve organik şekilde büyüyen, yerel ailelere bağlı geleneksel niteliktedir,
- Sürdürülebilirdirler. Kırsal turizmin gelişimi hem yörenin kırsal niteliğinin hem de kaynakların kullanılmasının sürdürülmesine yardım etmelidir,

¹⁰⁴ Farklı ülkelerdeki kırsal turizm tanımları hakkında daha geniş bilgi için bkz., Ratz ve Puczko, ss.453-454.

¹⁰⁵ Alenka Verbole, “Actors, Discourses and Interfaces of Rural Tourism Development at the Local Community Level in Slovenia: Social and Political Dimensions of Rral Tourism Development Process”, **Journal of Sustainable Tourism**, vol:8, no: 6, 2000, s.488.

¹⁰⁶ Vanslembrouck ve Huylenbroeck, s.62.

- Kırsal çevre, ekonomi ve tarihin karmaşık örneklerini gösteren birçok farklı çeşidi bulunmaktadır,
- Gelirin önemli bir kısmından kırsal kesim yararlanır.

Kırsal turizmde turist, gittiği yöreye özgü olanı tanımak ve yaşamak istemektedir. Bu nedenle yörenin özgün mimari özellikleri ve dokusuyla da yakından ilgilidir. Kırsal alanlar düşük nüfus yoğunluğuna sahiptir. Doğal ve ormanlık alanlar binaların kapsadığı alandan çok daha fazladır. Kentlerde yaşayan insanları kırsal kesimin bu özellikleri çekmektedir. Doğal ortamda ve yöreye uygun konaklama ve halkın yaşam tarzına uygun yaşama isteği, doğal ortama ve yöresel mimariye uygun, yörenin taşıma kapasitesini aşmayan pansiyon, kamping, karavan gibi küçük ölçekli yapıları gerektirmektedir.

Türkiye’de kent ile kırsal bölgeler arasındaki artan gelir dağılımının denengesizliğinin giderilmesinde, kırsal kesimden kente doğru göçün artması ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan sorunların giderilmesinde kırsal turizmin geliştirilmesi önemli bir çözüm yolu olarak görülmektedir. Kırsal turizm günümüzde kırsal alanlarda sürdürülebilir gelir olanaklarının yaratılmasıyla halkın gelirlerini artırılabilir ve yaşam standartlarının yükseltilebilecek bir politika olarak değerlendirilmektedir.

1.5.2.7. Tarımsal Turizm

Agriturizm ya da agroturizm olarak da adlandırılan tarımsal turizm *temel olarak kentte ya da kasabalarda yaşayanların çiftliklerde geçirdikleri bir tatil şekli* olarak tanımlanmaktadır¹⁰⁷. Dudaş, Mitelescu ve Moşoiu’ ya göre; “*tarımsal turizm, tarımsal çiftliklerin ve onun tüm olanaklarının kullanıldığı, kırsal çevrede uygulanan kırsal turizmin bir şeklidir*”¹⁰⁸. Fakat yukarıda belirtildiği gibi, tarımsal turizm ile yakından ilgili fakat tamamıyla aynı olmayan (ekoturizm, bahçe turizmi, misafir

¹⁰⁷ Nora McKenzie and Allen Wysocki, “Agritainment: A Viable Option for Florida Producers”, <http://edis.ifasufl.edu/pdffiles/RM/RM00800.pdf> (25.06.2009)

¹⁰⁸ A. Dudaş ve diğerleri, “The Montane Tourism and Agrotourism in Romania”, **Analele Universitatii Din Oradea Fascicula: Ecotoxicologie, Zootehnie si Tehnologii de Industrie Alimentara**, Vo. VII, Anul 7, 2008, ss.758-763.

çiftliği, safari, köy turizmi, şarap turizmi, mandıra turizmi ve kırsal turizm gibi) turizmin farklı türleri bulunmaktadır. Lopez ve Garcia'ya göre; “kırsal turizm ve tarımsal turizm genellikle karıştırılan kavramlardır ve aralarında bir ayrım yapılabilir. Onlara göre; *tarımsal turizm, çiftliklerde organize edilen daha belirli boş zaman faaliyetleriyle ilgilidir*”¹⁰⁹. “Tarımsal turizm tarımla ilgili turizm olup, festivaller, sanatsal sergiler, hünere gösterileri, kültürel olaylar gibi etkinlikleri de kapsadığından tanım olarak daha geniş bir faaliyet alanını kapsamaktadır”¹¹⁰. “Kentte yaşayanları çocukluklarındaki kırsal yaşama götürerek nostalji yaşatan tarımsal turizm, misafirlerine kaliteli bölgesel gıdaları satmakta, oda kiralamakta ve böylece yöre halkı için iş olanakları yaratmaktadır”¹¹¹.

Tarımsal turizm genel olarak tarımsal üretimin yoğun olduğu bölgelerde gerçekleştirilir. Turistlerin tarımsal turizme yönelmelerinin nedeni, tarım yapılan köy veya çiftliklerde, tarımsal ve hayvansal ürünlerin üretimine aktif olarak katılmak, kendi elleriyle ürettikleri ürünleri satın almak ve tüketmek isteğidir. Yöreye özgü meyve sebze ve hayvanları yetiştirmek, üretim süreçlerine doğrudan katılarak kırsal yaşamı ve bu yaşama özgü sesleri, kokuları, dinginliği yaşama, yeni beceriler ve deneyimler kazanarak rahatlama isteğidir. Böylece tarımsal faaliyet ile turizm bütünleştirilmekte ve çiftçiye tarımsal üretimin yanı sıra turizm ile ek bir gelir sağlanmaktadır. Kitle turizminde olduğu gibi turizm faaliyeti için tarım alanları yok olmamakta, tam tersine turizm ile birlikte tarım da geliştirilmektedir.

Tarımsal turizm faaliyetleri içinde; tarımsal ürünlerin üretimine aktif olarak katılma, ürünlerin toplanması, taze çiftlik ürünlerinin veya yöreye özgü hamur işleri, pestil, salça, turşu, peynir, şarap, sabun gibi ev yapımı ürünlerin satın alınması, yörenin müzik, folklor, geleneksel kıyafet gibi kültürel zenginliklerini öğrenme, festivallere katılma, yörenin geçim kaynakları arasında yer alan yöreye özgü dokumacılık, taş işleme, metal işleme, çömlekçilik v.b. zanaatlarla ilgilenme ve

¹⁰⁹ Eduardo Parra Lopez ve Francisco Javier Calero Garcia, “Agrotourism, Sustainable Tourism and ultraperipheral areas. The Case of Canary Islands”, **Pasos**, Vol.4, No.1, 2006, ss.85-97.

¹¹⁰ Gündüz, s.41.

¹¹¹ Gregory Veeck Deborah Che ve Ann Veeck, “America’s Changing Farmscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan”, **The Professional Geographer**, Volume 58, Number 3, August 2006, s.238.

ürünlerini satın alma gibi faaliyetler yer almaktadır. Turistler bir yandan tarım, hayvancılık, taze çiftlik ürünleriyle üretilen yöresel yemekler ve yörenin kültürel zenginliklerini öğrenirken, aynı zamanda kentlerde bulamayacakları, dalından kendi eliyle kopardıkları, taze ve doğal ürünlerin tadına bakmakta ve evine götürmek üzere satın almaktadır.

Misafirleri ağırlamak ve kendileri için ek gelir sağlamak amacıyla çiftlik ya da diğer tarımsal alanlarda hizmet veren bir ticari işletme olarak tanımlanan tarımsal turizm işletmeleri şu hizmetleri sunmaktadırlar¹¹²:

- Açık hava tatilleri (balıkçılık, avcılık, vahşi yaşamı inceleme, ata binme),
- Eğitimsel deneyimler (konserve fabrikalarına yapılan turlar, aşçılık kursları ya da şarap tatma),
- Eğlence (hasat festivalleri ya da folklor),
- Ağırlama hizmetleri (çiftlikte kalma, tur rehberliği, teçhizatçı hizmetleri),
- Çiftlikte doğrudan satışlar (kendin topla faaliyetleri, yol kenarı sergileri).

Tüm bu bilgilerin ışığında ve yukarıdaki açıklamalardan hareketle tarımsal turizm şu şekilde tanımlanabilir: *Tarımsal turizm, kırsal kesimde yer alan tarım alanlarını ziyaret ederek, günlük tarım faaliyetlerine aktif olarak katılmak, üretilen ürünleri eve götürmek üzere satın almak, yörenin kültürel zenginliklerine ve el sanatlarına öğrenmek amacıyla katılmak ve ürünleri satın almak için geçici konaklamalarından doğan ilişkiler bütünüdür.*

Literatürde yer alan tanımlar başlıca üç unsura dayalı olarak farklılaşmaktadır. Bunlar¹¹³,

¹¹² Dan Bernardo, Luc Valentin ve John Leatherman, "Agritourism: if we Build It, Will They Come?", s.1. <http://www.uvm.edu/tourismresearch/agtour/publications/kansas%20State%20Study.pdf>. (24.06.2009).

- Turizm faaliyetinin faal bir çiftlikte gerçekleşip gerçekleşmediği,
- Tarımsal faaliyetle temasın derecesi,
- Turistin tarımsal faaliyeti gerçekleştirme derecesi.

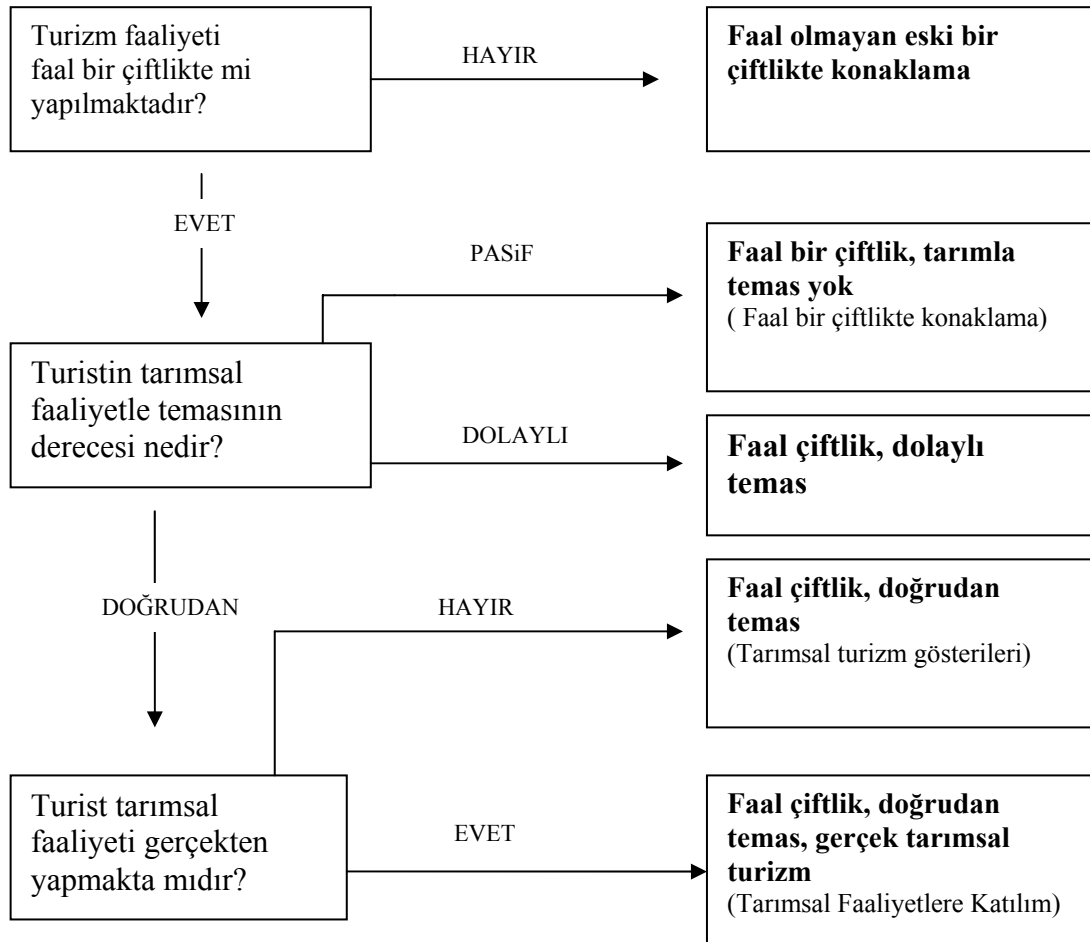
Şekil 4, bu üç unsura bağlı olarak beş farklı düzeyde tarımsal turizm faaliyetinin gerçekleşebileceğini ve bu içeriğe bağlı olarak da farklı tanımların yapılabileceğini göstermektedir.

- *Faal olmayan eski bir çiftlikte konaklama:* Tarımsal turizmin bu en tartışmalı türünü, çiftliğin tarımsal faaliyet yapmasını önkoşul olarak gören bazı yazarlar, artık tarım yapmayan eski bir çiftlikte konaklamayı kırsal turizm olarak nitelemektedirler. Ancak bu tarımsal turizm türünde eski bir çiftlikte bile olsa tarımla kurulan bağ, onu kırsal turizmden farklılaştırmaktadır.
- *Faal bir çiftlikte tarımla uğraşmadan çiftliğin kaynaklarından ve açık alanlardan yararlanarak konaklama:* Özellikle tarımsal turizmi çiftlik faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi açısından gören yazarlar bu tür tarımsal turizm üzerinde yoğunlaşmaktadırlar.
- *Faal bir çiftlikte kalıp, tarımla dolaylı temas ederek konaklama:* Örneğin, yemeklerde sunulan çiftlik ürünlerini tadabilirler veya evlerine götürmek üzere bu ürünleri satın alabilirler.
- *Faal bir çiftlikte tarımla doğrudan temas ederek konaklama:* Süt sağma, hayvanları besleme gibi çeşitli çiftlik gösterilerini izleyebilmektedirler.
- *Faal bir çiftlikte gerçek bir tarımsal faaliyete doğrudan katılarak konaklama:* Tarımsal turizmin bu en ileri aşamasında Turistler ürünleri kendi elleriyle toplayabilir veya çiftlik görevlerine katılabilirler.

¹¹³ Sharon Philip, Colin Hunter ve Kirsty Blackstock, "ATypology for Defining Agritourism", **Tourism Management**, No:31, 2010, ss.754-758.

Tarımsal turizm emek-yoğun bir yapı gerektiren organik tarım yapan işletmeler açısından da önemli fırsatlar yaratmaktadır. “Kuo, Chen ve Huang, organik tarım ve tarımsal turizm arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalarında, ikisi arasında önemli bir ilişki bulunduğunu ve organik tarıma dayalı turizm faaliyetlerinin turistleri cezbedtiğini bulmuştur”¹¹⁴. Benzer şekilde, “Mansury ve Hara’da araştırmalarında küçük kırsal bir ekonomide tarımsal turizmin gelişmesinin organik ürünlere daha fazla harcayan kırsal turistleri çekeceğini ve daha yüksek bölgesel satın almanın gerçekleşeceğini savunmuştur”¹¹⁵.

Şekil 4: Tarımsal Turizm Tipolojisi



Kaynak: Philip, Hunter ve Blacstock, s.756.

¹¹⁴ Nae-Wen Kuo ve diğerleri, “Linkages Between Organic Agriculture and Agro-ecotourism”, **Renewable Agriculture and Food Systems**, 21:4, ss.238-244.

¹¹⁵ Yuri Mansury ve Tadayuki Hara, “Impacts of Organic Food Agritourism on a Small Rural Economy: A Social Accounting Matrix Approach”, **The Journal Analysis Policy**, Special Section: Tourism and Regional Science, JRAP 37(3), ss.213-222.

19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarından itibaren çiftliklerin üretim maliyetlerinde artışlar gözlenmeye başlanmıştır¹¹⁶. Değişen ekonomik koşullar karşısında çiftlik ekonomisinin çeşitlenmesi yaygın olarak kabul edilen bir çıkış yolu olarak görülmüştür. Tarımsal turizm kırsal alanlarda bozulan ekonomik koşullara bir tepki olarak doğmuştur.

Günümüzde farklı ülkeler tarımsal turizmi farklı nedenlerle ve hemen hemen aynı araçlarla desteklemektedir. En önemli neden kırsal kalkınma ve kırsal alanlardaki sürdürülebilir gelişmedir. Tarımsal turizmi desteklemek için diğer önemli bir neden de özellikle gelişmekte olan ülkelerde kırsal kesimden şehirlere olan göçü azaltmak ve kontrol altına almaktır. Kırsal alanlardaki yoksulluğu azaltmak ve çiftçilerin banka borçlarını geri ödemelerine yardım etmek, özellikle gelişmiş ülkelerde tarımsal turizme yönelmenin diğer bir nedeni olarak görülmektedir.

Kırsal alanlarda ülkelerin ya da bölgelerin ekonomik gelişme düzeyine göre değişen birçok problem bulunmaktadır. Bu problemler genellikle sağlık¹¹⁷ ve eğitim hizmetlerinin kötüye gitmesi, işsizliğin artması, düşük gelir ve yoksulluk¹¹⁸, kadın ve kadın işçi problemi olarak gruplara ayrılmaktadır.

Tarımsal turizm tüm bu problemlere doğrudan ya da dolaylı olarak çözümler getirme potansiyeline sahiptir. Bu fonksiyonlar başlıca üç grup altında incelenebilir¹¹⁹:

- *Sosyo-psikolojik,*
- *Ekonomik,*
- *Çevresel.*

¹¹⁶ Roberta Sonnino, "For a Piece of Bread? Interpreting Sustainable Development Throug Agritourism in Southern Italy", **Submitted to the Department of Anthropology and the Faculty of the Graduate School of the University of Kansan**, Oxford, 2003, s.124.

¹¹⁷ Maria Hewitt, "Defining Rural Areas: Impact on Health Care Policy and Research", **Health Program Office of Technology Assesment Congress of the United States**, Washington D.C., 20510-8025, July 1989, s. 9.

¹¹⁸ OECD, "The Future of Rural Policy From Sectoral to Place-Based Policies in Rural Areas", 2003, s.12.

¹¹⁹ Michal Sznajder, Lucyna Przezborska ve Frank Scrimgeour, **Agritourism**, MPB Boks Group, UK 2009, s.10.

Şekil 5. tarımsal turizmin fonksiyonlarını açıklamaktadır. Sosyo-psikolojik fonksiyonlar, yöre kültürünün korunması, ziyaretçilerin bunları öğrenmesi ve becerilerini geliştirmesiyle ilgilidir. Ekonomik fonksiyonlar, ilave iş olanakları yaratılarak halkın ve yerel yönetimlerin gelirlerinin artırılmasıyla ilgili ekonomik boyuttur. Çevresel fonksiyonlar ise, çevrenin ve doğanın daha iyi korunması ve mevcut kaynaklardan daha iyi yararlanılması üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Tarımsal turizm özellikle gelişmiş ülkelerde tarımsal alanları korumada yardımcı bir yaklaşımdır. Günümüzde İngiltere gibi birçok batı ülkesinde çiftliklerin geleceği konusunda iki husus arasında yoğunlaşan tartışmalar yaşanmaktadır¹²⁰. Bir yandan kimileri, zaten üretim fazlası bulunması nedeniyle bazı çiftliklerin artık korunmaması gerektiği tezini savunurken, öte yandan hükümetler ve diğer görüşü destekleyenler de, geleceğin belirsiz olduğunu, küresel ısınmanın koşulları değiştirebileceği tezini savunmaktadırlar. Tarımsal turizm bu tezler arasında denge yaratmada gerçekten yardımcı bir araç olabilir ve stratejik önemleri nedeniyle hükümetler ve ülke açısından önemli olan tarım işletmeleri geleceğin ihtiyaçları düşünülerek korunabilir.

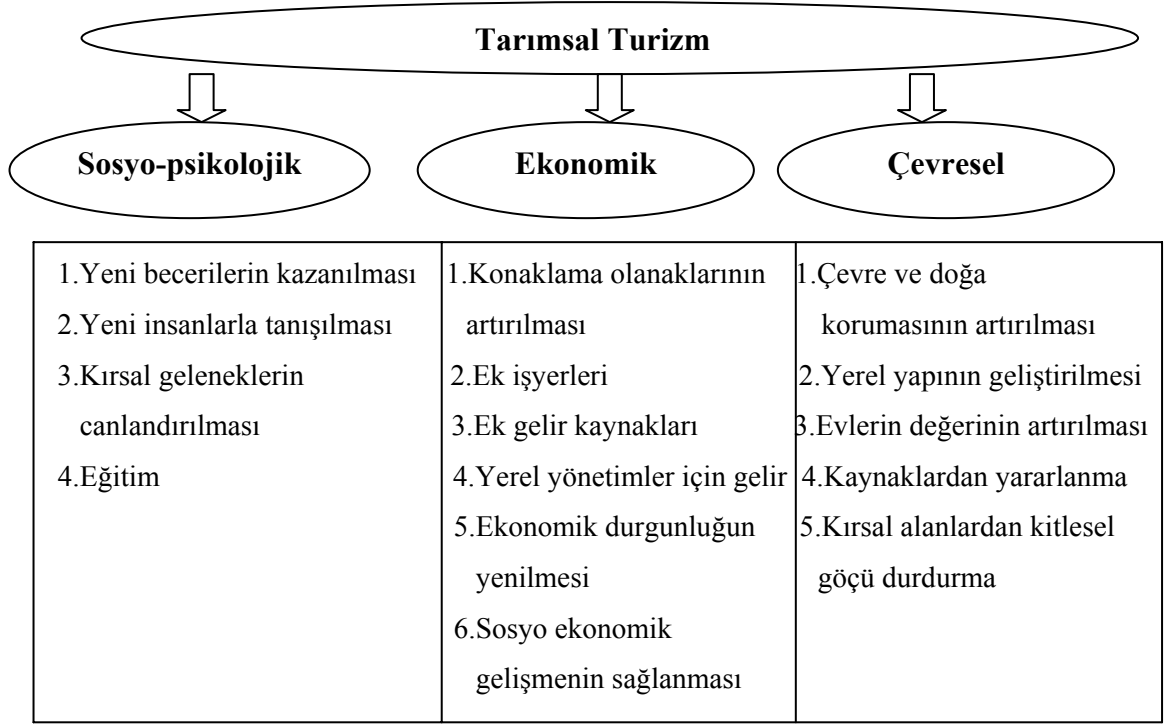
Şekil 5’de belirtilen tarımsal turizmin fonksiyonları sürdürülebilir kalkınma için kırsal kesime fırsatlar yaratmaktadır. Konaklama olanaklarının artışı, ürünlerin, el sanatlarının ve metal işlemeciliği gibi farklı türde yerel hizmetlerin doğrudan satışı¹²¹, faaliyetlerin genişlemesi, tarımsal alanların korunması, yenilikçi yollarla yeni ürünleri üreten çiftliklerin artırılması gibi önlemler ekonomiyi çeşitlendirecektir¹²². Ekonominin çeşitlenmesi de kırsal alanlarda sürdürülebilir kalkınma için bir devinim yaratacaktır.

¹²⁰ Christopher Barclay, “Farm Diversification, Countryside and Planning”, **Library House of Commons**, Standard Note:SN/SC/3158, 27 March 2009, s.2.

¹²¹ Sznajder, Przezborska ve Scrimgeour, s.10.

¹²² P. Williams ve diğerleri, **Agritourism Market and Product Development Status Report**, Centre for Tourism Policy and Research, Simon Fraser University, Burnaby, BC, Canada, 2001, s.4.

Şekil 5: Tarımsal Turizmin Fonksiyonları



Kaynak: Sznajder, Przezborska ve Scrimgeour, s.10.

Gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra gelişmiş ülkelerde de iç göç çok önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Şüphesiz gelişmekte olan ülkelerde iç göçün yarattığı problemler çok daha derin etkiler yaratmaktadır. İç göç sonucu ortaya çıkan olumsuz etkiler şu şekilde sıralanmaktadır¹²³:

- Yetersiz su ve kötü sağlık koşullarının bulunduğu evlerde ya da açıkta yaşama,
- Güvenlik eksikliği ve suça yönelme,
- Tehlikeli, kirli ve güç çalışma koşulları,
- Sağlık hizmetlerine ulaşmada sorunlar,
- Belediye ve devlet hizmetlerine ulaşmadaki güçlükler,
- Ayrılmaklılık,

¹²³ Priya Deshingkar ve Cladua Natali, "Integral Migration", **World Migration 2008: Managing Labour Mobility in the Evolving Global Economy**, International Organization for Migration, Volume.7, Number:4., s.187.

Kırsal alanlarda tarımsal turizmin gelişmesi suretiyle sürdürülebilir kalkınma sağlandığında, kırsal kesimde yaşayan insanlar daha iyi yaşam standartlarına ulaşacak ve kırsal alanlarda yaşamaya teşvik edilmiş olacaktır.

Tarımsal turizm gelişmiş ülkelerde de hükümetler ve yerel yönetimler tarafından çiftçilerin banka borçlarının geri ödenmesi üzerindeki olumlu etkileri nedeniyle desteklenmektedir. Bazı yıllar kötü hava koşulları tarımsal üretimi düşürmekte ve bu durum çiftçilerin yetersiz nakit ve kısa veya uzun dönem banka borçlarını ödeme güçlüğü gibi ciddi ekonomik problemlerle karşılaşmasına yol açmaktadır. Bu problemleri aşmak için çiftçiler tarımsal turizm gibi gelirlerini arttıracak ve çeşitlendirecek yeni girişimlere yönelmektedirler¹²⁴.

1.5.2.8. Tarımsal Turizm ile Kırsal Turizm Arasındaki Farklar

Tarımsal turizm ile kırsal turizm arasında önemli bir bağ bulunmakla birlikte, aynı anlama gelen ve birbirinin yerine kullanılabilen kavramlar değildir. Kırsal turizm daha geniş bir kavram olup, kırsal alanda yapılan tüm faaliyetleri içermektedir. Oysa tarımsal turizm sadece çiftlikler gibi tarımsal alanlarda yapılan bir turizm faaliyetidir. Kırsal turizm jenerik bir kavramdır. Tarımsal turizm ise misafirleri ağırlamak için çiftlikler tarafından örgütlenen belirli boş zaman faaliyetleriyle ilgilidir. Çiftlikler kırsal alanların önemli bir parçasını oluşturmakla birlikte, her kırsal alanı tarım alanı olarak görmek mümkün değildir.

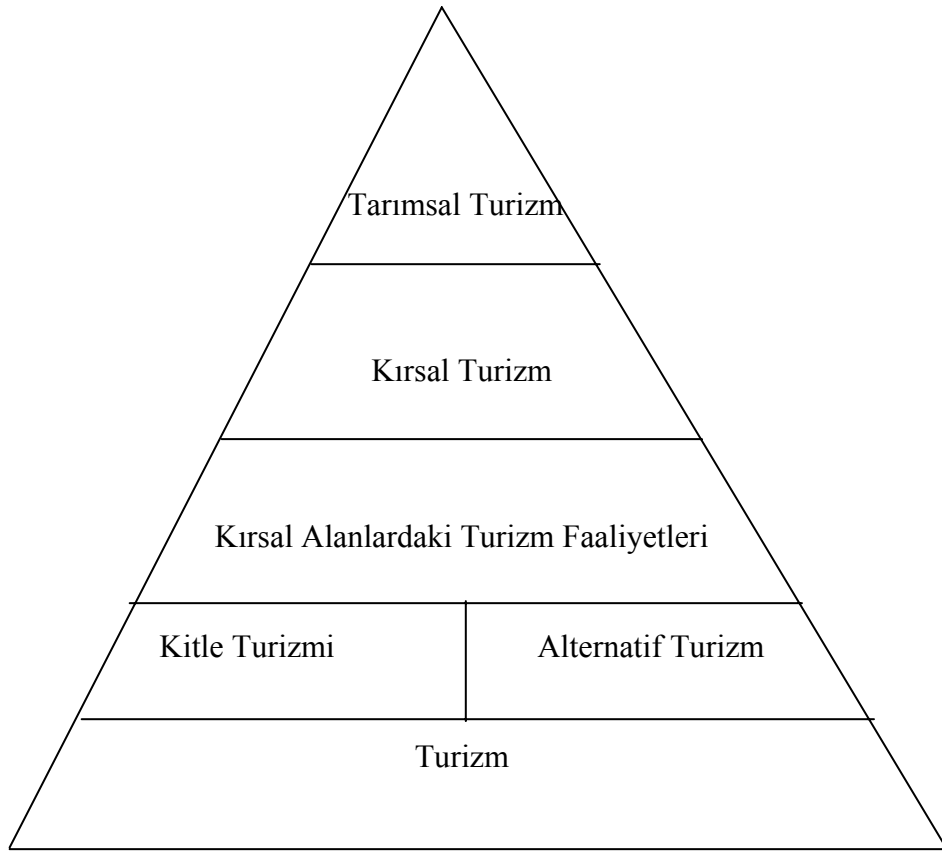
Tarımsal turizm kavramı coğrafi bölgelere bağlı olarak da değişiklik göstermektedir. Bu durum bir ülkede veya bölgede tarımsal alanların oynadığı role göre değişmektedir. Kent yaşamının önem kazandığı ülkelerde geleneksel kırsal toplumların önemi azalmakta, kırsal alanlarda yapılan faaliyetlere bağlı olarak kırsal turizm ve tarımsal turizm kavramları birbirinden farklılaşmaktadır.

Şekil 6’da, tarımsal turizmin diğer turizm çeşitleri içindeki konumu ve kırsal turizmle olan ilişkisi açıklanmaya çalışılmaktadır. Tarımsal turizmin hiyerarşik bir

¹²⁴ K. Tweeten, “Growing Rural Tourism Opportunities”, Journal Of Extension, Volume: 46, Number:2, April 2008, <http://www.joe.org/joe/2008april/a2.php> (10.06.2009).

şekilde kitle turizmi, alternatif turizm ve kırsal turizmle olan ilişkisi görülmektedir. Yukarıya doğru çıktıkça faaliyet alanı daralan piramidin en üstünde yer almakta ve kırsal turizm içinde onun daha sınırlı bir alanı olarak görülmektedir.

Şekil 6: Tarımsal Turizmin Diğer Turizm Çeşitleri İçindeki Yeri



Kaynak: Sznajder, Przezborska ve Scrimgeour, s. 6.

Tarımsal turizmi kavramsal olarak daha iyi açıklayabilmek için kırsal turizmle karşılaştırmalı olarak aralarındaki farklılıkları ortaya koymak gerekmektedir. Tarımsal turizm birkaç noktada kırsal turizmden farklılaşmaktadır. Tablo 9 kırsal turizm ile tarımsal turizm arasındaki farklılıkları göstermektedir.

Tablo 9: Kırsal Turizm ile Tarımsal Turizm Arasındaki Farklar

	Kırsal Turizm	Tarımsal Turizm
Seyahat Nedeni	Dinlenmek, kırsal alanları gezmek, yöresel kültürü tanımak ve yöreye uygun aktiviteleri gerçekleştirmek	Tarımsal faaliyet ve ürünler
Talep edilen	Kırsal alan	Tarımsal alan
Konaklama yeri	Otantik bir köy evi	Çiftlik
Yapılan faaliyet	Tarımsal faaliyetin dışında kalan diğer faaliyetler	Tarımsal faaliyet

Kırsal turizmde seyahat nedeni doğada dinlenmek amacıyla tatil yapmak, doğal alanları gezmek, vahşi yaşamı incelemek, yörenin doğal yapısına uygun avcılık, kuş gözlemciliği, bisiklete binme gibi faaliyetleri gerçekleştirmek iken, tarımsal turizmde, tarımsal faaliyet ve ürünlerdir.

Kırsal turizmde talep edilen esas unsur kırsal alan olmakla birlikte, tarımsal turizmde tarım alanlarıdır. Diğer bir deyişle, tarımsal turizm doğrudan tarımla bağlantılıdır ve tarımsal çevre, tarımsal ürünler ve çiftlikte konaklamaları kapsamaktadır.

Kırsal turizmde yörenin mimari yapısı önemlidir. Bu nedenle yörenin mimari yapısına uygun otantik bir köy evi tercih edilir. Buna karşın, tarımsal turizmde konaklanan yerin mimari yapısı önemli değildir. Turistler tarımsal üretim ve hayvancılıkla ilgilidirler. Bir çiftlik evinde bağımsız ya da çiftçi aileyle birlikte konaklanabilir. Ailenin yaşam tarzı ve tarımsal kültür ve geleneklerin paylaşılması önemlidir. Tarımsal turizmde sakin, kalabalıktan uzak, dostça davranan insanların yardım ettiği, doğayla doğrudan temasın olduğu bir yerde kalınmaktadır.

Kırsal turizmde yapılan faaliyetler tarımın ve hayvancılığın dışında kalan yöreye uygun faaliyetlerdir. Tarımsal turizmde ise, meyve, sebze gibi tarımsal ürünler, hayvancılık, bunlardan üretilen ev ürünleri, yöreye özgü el sanatları, kültürel olaylar, festivaller ve diğer eğlenceler yapılan faaliyetler arasında yer almaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKASI VE TARIMSAL TURİZM

Avrupa Birliği'nde tarımsal turizm, diğer turizm türlerinde olduğu gibi, AB turizm politikası, yasal düzenleme ve uygulamalarından etkilenmektedir. Bu nedenle aşağıdaki bölümde öncelikle AB'nde turizmin boyutu, AB turizm politikası ve turizme doğrudan ve dolaylı olarak etki eden düzenlemelere yer verdikten sonra, tarımsal turizm ve uygulamaları ele alınmaktadır.

2.1. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZMİN BOYUTU

Dünyanın en büyük ekonomik ve siyasi entegrasyonu olan AB, %52,3'lük payı ile aynı zamanda dünyanın en fazla turist çeken bölgesini oluşturmaktadır. “AB’de yaklaşık sekiz milyon insan doğrudan turizmde istihdam edilmektedir. Bu toplam istihdamın %5’ini ve GSYİH’nın %3-8’ini (üye ülkeye göre değişmektedir) ve hizmetlerde toplam dış ticaretin %30’unu oluşturmaktadır. Turizmle bağlantılı diğer sektörler de ele alındığında, 20 milyondan fazla insana iş olanağı yarattığı, GSYİH’nın %12’sinden fazlasını oluşturduğu görülmektedir”¹²⁵. Gelecek on yıl içinde AB’de seyahat ve turizm sektöründe iki milyon iş olanağı daha yaratılacağı tahmin edilmektedir.

Avrupa’da en önemli turizm destinasyonu Akdeniz ve Batı Avrupa ülkeleridir. Ancak Orta ve Doğu Avrupa ülkelerindeki turist sayıları da yıllar itibariyle artış göstermektedir. Bölgelere göre turist gelişlerini gösteren Tablo 10 da, 2008 ile 2009 verileri karşılaştırıldığında, 2008’in ortalarında başlayan krizin tüm bölgelerdeki turist sayılarında bir azalmaya neden olduğu görülmektedir. Kuzey Avrupa’da %5,1, Batı Avrupa’da %3, Güney/Akdeniz bölgesinde %3,6 Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde ise %9,9 gibi çok daha büyük bir oranda düşmeye yol açan

¹²⁵ Commission of the European Communities, “Commission Communication to the Council, The European Parliament, The Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Working Together for the Future of European Tourism”, Brussels, 13.11.2001. ; EAA and EFTTA, European Tourism, http://www.eaa-europe.org/fileadmin/templates/eea/docs/Barcelona_14_May_2007_Tourism.pdf.

krizin, dünyanın en büyük turizm sektörü olan Avrupa turizmini ciddi olarak etkilediği görülmektedir.

Tablo 10: Avrupa Bölgesi Turist Gelişleri (Milyon Kişi)

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	08/07 (%)	09/08 (%)	09/10 (%)
Avrupa	385,6	439,4	463,9	485,4	487,3	461,5	46,6	0,4	-4,9	3,3
Kuzey Avrupa	43,7	57,3	56,5	58,1	56,4	57,7	58,1	-2,9	-5,1	0,8
Batı Avrupa	139,7	141,7	148,6	153,9	153,2	148,6	153,7	-0,4	-3,0	3,4
Orta/Doğu Avrupa	69,3	87,5	91,4	96,6	99,7	90,2	95,1	3,2	-9,9	5,4
Güney/Akdeniz Bölgesi	133,0	153,0	167,3	176,8	178,0	165,1	169,7	0,7	-3,6	2,8

Kaynak: World Tourism Organisation (UNWTO), April 2010 ve June 2011.

Krizin Avrupa turizmine etkisi turizm gelirleri açısından bakıldığında daha net olarak görülmektedir (Tablo 11). 2008 yılında 471.797 milyon dolar olan Avrupa turizm gelirleri 2009 yılında 410.932 milyon dolara gerilemiştir. 2010 yılında da küçülme bir miktar devam ederek 406.251 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkeler bazında bakıldığında hemen hemen tüm ülkelerin turizm gelirleri 2009 yılında azalırken, 2010 yılında bazı ülkelerin turizm gelirlerini artırdığı veya koruduğu görülmektedir. Turizm gelirleri açısından en büyük paya sahip İspanya, Fransa ve İtalya gibi ülkelerde ise küçülme devam etmiştir.

Uluslararası turist gelişleri açısından en fazla paya sırasıyla Fransa, İspanya, İtalya ve İngiltere sahipken, turizm gelirleri açısından İspanya, Fransa'dan daha fazla paya sahiptir, onları İtalya, Almanya ve İngiltere izlemektedir. 2009 yılında Avrupa genelinde turist gelişleri ortalama olarak %4,9 azalmıştır. Yaşanan küresel krizin etkisiyle İtalya, İsveç, Macaristan ve Türkiye dışındaki bütün ülkelerde turist gelişlerinde bir azalma yaşanmıştır. 2010 yılında Avrupa genelinde büyüme oranı ise sadece %3,3 olmuştur. 2010 yılında turist gelişlerinde en fazla büyüme kaydeden ülkeler ise Malta, Estonya, Almanya ve Hollanda'dır.

Tablo 11: Uluslararası Turist Gelişleri ve Turizm Gelirleri

Uluslararası Turist Gelişleri					Uluslararası Turizm Gelirleri					
	(1000)			Değişim (%)		Pay(%)	Milyon Dolar		Pay(%)	
	2008	2009	2010	09/08	10/09	2010	2008	2009	2010	2010
Avrupa	485.193	461.509	476.551	-4,9	3,3	100	471.797	410.932	406.251	100
Almanya	24.886	24.223	26.875	-2,7	10,9	5,6	39.912	34.650	34.675	8,5
Avusturya	21.935	21.335	22.004	-2,6	3,0	4,6	21.587	19.404	18.663	4,6
Belçika	7.165	6.814	7.217	-4,9	5,9	1,5	11.762	9.970	10.287	2,5
Bulgaristan	5.780	5.739	6.047	-0,7	5,4	1,3	4.204	3.278	3.637	0,9
Çek Cum.	6.649	6.032	6.334	-9,3	5,0	1,3	7.207	6.478	6.671	1,6
Danimarka	9.016	8.547	9.097	-5,2	6,4	1,9	6.242	5.673	5.476	1,4
Estonya	1.970	1.900	2.120	-3,6	11,6	0,4	1.186	1.090	1.071	0,3
Finlandiya	3.583	3.423	3.670	-4,5	7,2	0,8	3.208	2.820	2.809	0,7
Fransa	79.218	76.824	76.800	-3,0	0,0	16,1	56.573	49.398	46.319	11,4
Hollanda	10.104	9.921	10.883	-1,8	9,7	2,3	13.342	12.368	13.062	3,2
İngiltere	30.142	28.199	28.133	-6,4	-0,2	5,9	36.028	30.149	30.400	7,5
İrlanda	8.026	7.189	..	-10,4	..	..	6.294	4.890	4.077	1,0
İtalya	42.734	43.239	43.627	1,2	0,9	9,2	45.727	40.249	38.786	9,5
İspanya	57.192	52.178	52.677	-8,8	1,0	11,1	61.628	53.177	52.525	12,0
İsveç	4.555	4.678	4.951	2,7	5,8	1,0	11.206	10261	11.079	2,5
Kıbrıs	2.404	2.141	2.173	-10,9	1,5	0,5	2.737	2.162	2.183	0,5
Letonya	1.685	1.323	1.373	-21,5	3,8	0,3	803	723	640	0,2
Macaristan	8.814	9.058	9.510	2,8	5,0	2,0	5.935	5.631	5.381	1,3
Malta	1.291	1.182	1.332	-8,4	12,7	0,3	950	881	1.068	0,2
Polonya	12.960	11.890	12.470	-8,3	4,9	2,6	11.768	9.011	9.446	2,3
Portekiz	6.962	6.439	6.865	-7,5	6,6	1,4	10.943	9.935	10.090	2,5
Slovakya	1.767	1.298	1.327	-26,5	2,2	0,3	2.589	2.336	2.233	0,6
Slovenya	1.940	1.803	1.844	-7,0	2,2	0,4	2.820	2.511	2.311	0,6
Türkiye	24.994	25.506	27.000	2,0	5,9	5,7	21.951	21.250	20.807	5,1
Yunanistan	15.939	14.915	15.007	-6,4	0,6	3,1	17.114	14.506	12.741	3,1

.. Bilgi mevcut değildir.

Kaynak: World Tourism Organization (UNWTO), **Tourism Highlights**, 2009,2010 ve 2011.

Eurostat verilerine göre (Tablo 12.) 2009-2010 yılları arasında karşılaştırmalı olarak tatil amaçlı yapılan seyahatler incelendiğinde, AB içinde yapılan seyahatler ortalamadan daha fazla azalış gösterirken, dış ülkelere yapılan seyahatlerdeki azalma daha düşük düzeyde gerçekleşmiştir. Seyahatler uzunlukları açısından değerlendirildiğinde, uzun tatil seyahatlerinde gözlenen azalmanın kısa tatil seyahatlerine göre çok daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Bu azalmalar 2008

yılından beri dalgalanmalı şekilde devam eden küresel krizin turizm ekonomisi üzerindeki etkileri olarak değerlendirilebilir.

Tablo 12: 2009-2010 Yılları Arasında Karşılaştırmalı Olarak Tatil Amaçlı Seyahatlerin Değerlendirilmesi

	AB Sakinlerinin Tatil Seyahatlerinin Sayısı (% değişim)	AB Sakinlerinin Konaklamalı Tatil Sayısı (% değişim)	Tatil Seyahatlerinin Ortalama Uzunluğu (Konaklanan Gece Sayısı)			
			2009	2010	Fark	% Değişim
Tüm tatil seyahatleri	%-1,0	%-1,6	5,74	5,70	-0,04	%-0,7
İç seyahatler	%-1,1	%-1,5	4,35	4,33	-0,02	%-0,4
Dış seyahatler	%-0,7	%-1,8	9,40	9,30	-0,10	%-1,0
Uzun tatil seyahatleri	%-1,7	%-1,8	9,98	9,97	-0,01	%-0,1
Uzun iç seyahatler	%-2,3	%-1,7	8,87	8,93	0,05	%0,6
Uzun dış seyahatler	%-1,1	%-1,9	11,26	11,16	-0,10	%-0,09
Kısa Tatil seyahatleri	%-0,3	%-0,7	1,96	1,95	-0,01	%-0,04
Kısa iç seyahatler	%-0,4	%-0,9	1,93	1,92	-0,01	%-0,5
Kısa dış seyahatler	%0,6	%1,0	2,24	2,25	-0,01	%-0,4

20 AB ülkesi (Danimarka, Estonya, İrlanda, Yunanistan, Malta, Portekiz hariç)

Kaynak: Eurostat, Industry, Trade, Services, Population and Social Conditions, 4/2010.

2.2. AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKASI VE TURİZME ETKİ EDEN FAALİYET VE DÜZENLEMELER

Aşağıdaki kısımda turizm politikasının gelişimi kısaca ele alındıktan sonra, turizme doğrudan ve dolaylı olarak etki eden faaliyet ve düzenlemelere yer verilmiştir.

2.2.1. Avrupa Birliği Turizm Politikası

Avrupa Birliği'nde ortak bir turizm politikasının gerekliliği konusundaki tartışmalar, 90'lı yılların başından itibaren yapılmaya başlanmıştır. Bu tarihten önce, turizm sektörü ekonomik ve sosyal kalkınmayı sağlayan ve istihdam yaratıcı lokomotif bir sektör olarak görülmesine rağmen, diğer politikalarda olduğu gibi

doğrudan turizm sektörünü ilgilendiren düzenlemeler getiren ortak bir politika üretilmemiştir. Bunun nedeni turizm sektöründeki faaliyetlerin zaten Birliğin ulaştırma, serbest dolaşım, parasal birlik, çevre ve tüketici politikası gibi alanlardaki düzenlemeler çerçevesinde ele alındığı, ayrıca bir turizm politikasına gerek olmadığı yönündeki düşüncedir. Turizmin bir sektör olduğu düşüncesinden hareketle bu politikalar içerisinde yer alan ve turizmi de ilgilendiren düzenlemeler sektörün yönlendirilmesi için yeterli görülmüştür.

Turizm sektörünü doğrudan hedef alan çalışmalar 1990'lı yıllardan sonra başlamıştır. 1995 yılında AB Komisyonu tarafından yayımlanan AB'nin turizm üzerindeki rolü üzerine bir tartışma başlatmayı amaçlayan “yeşil kitap”¹²⁶ ta dört seçenek ileri sürülmekte, bu seçenekler üzerinde yaratılan tartışma ile çeşitli çıkar gruplarının tepkileri ölçülmeye çalışılmaktadır. Bu tartışmalar günümüzde halen devam etmektedir. AB’nde turizm sektörünü doğrudan hedef alan bir politikanın üretilmesi konusunda şimdiye kadar tam bir uzlaşa sağlanamamıştır.

Komisyonun 1996 yılında benimsediği (1997-2000) yıllarını kapsayan AB turizmini geliştirmeyi amaçlayan çok yıllık “PHILOXENIA” programı ile ortak bir turizm politikasına ulaşılmasına çok yaklaşılmış, ancak Konsey’de antlaşma sağlanamamıştır. Bu programın temel amaçları şunlardır¹²⁷:

- Turizm ile ilgili istatistik ve anketler kanalıyla turizm alanında bilgi akışını geliştirmek,

¹²⁶ Bu seçenekler; 1) Turizm diğer faaliyet alanlarıyla ilgili olduğundan, bu faaliyet alanlarıyla ilgili politikalar çerçevesinde ele alınabilir, bu nedenle başlı başına bir politika geliştirmek gerekli değildir. 2) Bir çok Birlik politikası içinde turizme ilişkin dağınık da olsa düzenlemeler bulunmaktadır. Bu nedenle sadece Birlik yapılanmasını geliştirmek yeterlidir. 3) Turizmde verimliliği ve rekabet üstünlüğü ile ilgili önlemleri artırmak, bütçeyi yükseltmek ve üye ülkeler arasında var olan işbirliğini geliştirmek. 4) Diğer politikalarının oluşturulmasında olduğu gibi Hükümetlerarası Konferanslarla bir turizm politikası oluşturmak ve Anlaşmaya bir turizm bölümü eklemek. Geniş bilgi için bkz. Europa, ”Green Papers”, http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_en.htm (17.06.2009).

¹²⁷ Europa, Press Releases Rapid, “PHILOXENIA-The First Multiannual Programme For European Tourism”, IP/967366, 30.04.1996, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/96/366&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en> . (14.07.2010).

- Üye ülkeler, endüstri ve diğer paydaşlarla işbirliğini güçlendirerek, turizm için yasal ve finansal çerçeveyi geliştirmek,
- Turizmin önündeki engelleri kaldırarak ve sürdürülebilir turizmi geliştirerek Avrupa’da turizmin kalitesini yükseltmek,
- Avrupa’yı çekim merkezi olarak tanıtarak üçüncü ülkelere gelen turist sayısını artırmak.

Komisyon, 2001 yılında “*Avrupa’nın Geleceği İçin Birlikte Çalışma*” dokümanında Avrupa turizm sektörünün rekabet potansiyelini geliştirmeyi amaçladığını belirtmektedir. Şubat 2005’de Komisyon Lizbon stratejisine dayalı olarak yeni bir strateji önermektedir. Buna göre, “sürdürülebilir, uzun-dönemde büyüme, daha çok ve daha iyi iş olanakları ile AB’nin rekabet gücünün geliştirilmesini amaçlayan Lizbon stratejisinin bu amaçlarına ulaşmasında turizmin önemli bir rol oynayacağı vurgulanmaktadır”¹²⁸. Özellikle 1997’den bu yana turizmin istihdam yaratıcı ve büyümeyi sağlayıcı potansiyeli görülmektedir. Küreselleşme, ulaştırma, talepteki değişimler bu sektörün hızlı büyümesini sağlamaktadır. Böylece, AB “*Avrupa Turizmi İçin Yeni Bir Ortaklığa Doğru*” olarak adlandırdığı yeni bir turizm stratejisi belirlemiştir. Bu stratejide turizmin Avrupa’nın rekabet üstünlüğünü artırmada, daha fazla istihdam yaratılmasında ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamada büyük rol oynayacağına ve gelecekte turizme daha fazla önem verilmesi gerektiğine dikkat çekilmektedir.

AB turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi amacıyla bazı hedefler belirlemiştir¹²⁹. “Turizm ve istihdam” süreci çerçevesinde Komisyon ve üye devletler, her biri 21 Haziran 1999’da benimsenen Konsey kararlarında belirtilen konularda çalışmak üzere dört çalışma grubu oluşturulmasına karar vermiştir. Gruplar Şubat 2000’de çalışmaya başlamışlar ve bunlara özel bir grup (çalışma

¹²⁸ Commission of the European Communities, “Communication From The Commission: A Renewed EU Tourism Policy: Towards a Stronger Partnership for European Tourism”, Brussels 2006.

¹²⁹ Gözde Emekli, “Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm”, *Ege Coğrafya Dergisi*, 14. İzmir 2005. s.3.

grubu-E) 2001 yılının başlarında eklenmiştir. Tüm gruplar 2001 yılının yaz aylarında raporlarını ve önerilerini sunmuşlardır. Bu çalışma grupları ve konular şunlardır¹³⁰:

- *Çalışma Grubu-A*. Turizmde yeni teknolojiler yoluyla bilginin değişimi ve yayılımının kolaylaştırılması,
- *Çalışma Grubu-B*: Turizm endüstrisinde becerilerin artırılması için eğitimin geliştirilmesi,
- *Çalışma Grubu-C*: Turistik ürünlerin kalitesinin artırılması,
- *Çalışma Grubu-D*: Turizmde sürdürülebilir gelişmenin ve çevre koruma ilkelerinin geliştirilmesi,
- *Çalışma Grubu-E*: Turizm sektöründe bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı hizmetlerin kullanımı ve etkilerinin yönetimi.

AB turizm politikası zorunlu değildir ve turizmle ilgili alt komisyonlar ve komiteler tarafından yürütülmektedir. Bu çerçevede konular beş gruba bölünmüştür¹³¹:

- Bilgi,
- Eğitim,
- Kalite,
- Sürdürülebilir Kalkınma,
- Yeni Teknolojiler.

Bu beş grup konu çerçevesinde turizme getirilen düzenlemeler AB turizm politikasını şekillendirmektedir.

¹³⁰ European Commission, “Enterprise and Industry, Tourism Working Groups’ Report”, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/documents/working-groups-reports/index_en.htm. (18.07.2010).

¹³¹ İge Pınar ve Ceren Miral, “EU Tourism Policy and Turkey’s Situation During The Adaptation Process”, <http://www.ikv.org.tr/images/upload/file/pinar-miral-teblig.pdf>. (06.01.2011).

2.2.2. Turizme Doğrudan Etki Eden Faaliyet ve Düzenlemeler

Turizm sektörü yapısı itibariyle Birliğin birçok politikasında yer bulmakta ve faaliyet ve düzenlemelerinden etkilenmektedir. Birliğin çevre, göç, ulaştırma gibi politikaları turizmi de ilgilendirmekte ve turizm sektöründeki uygulamaları etkilemektedir. AB'nin ortak bir turizm politikasının olmamasının yarattığı boşluk, turizm sektörünü ilgilendiren diğer politikalarla ya da doğrudan turizm sektörüne yönelik düzenlemelerle doldurulmaya çalışılmaktadır. Aşağıdaki kısımda öncelikle sektörü doğrudan etkileyen düzenlemelere kısaca yer verildikten sonra, dolaylı olarak etkileyen politikalara değinilmektedir.

2.2.2.1. Turizm Alanında Bilgi Değişimi ve Bilginin Yayılması

Komisyonun, Avrupa turizm sektörünün rekabetini geliştirmek ve turizm ve istihdam sektörünü desteklemek için yoğunlaşılmasını öngördüğü beş temel konudan biri “*bilgi*”dir. Bilgi ve iletişim teknolojileri (BIT), en az son elli yıldır turizm ve seyahat endüstrilerini etkilemektedir. Turizm ve seyahat sektörü, havayolu bilgisayar sistemleri ve otomasyon sayesinde ürün ve hizmetleri internet üzerinden satılan en büyük sektör haline gelmiştir. BIT'lerinin gelişmesi ve tüketiciler tarafından giderek artan ölçüde kullanılması, turizm endüstrisi ve onun müşterileri arasındaki ilişkiyi de değiştirmiştir. Pazarlama ve rezervasyon açısından turizmin işleyiş şeklini köklü bir biçimde değiştirmektedir. BIT'den daha geniş ölçüde yararlanarak üye devletler ve turizm ile ilgili taraflar arasında bilginin paylaşılması, turizm talebinin daha iyi öngörülenmesi ve turistlerin daha iyi bilgilendirilmesi sağlanabilir ve daha etkin bir bilgi akışıyla turizm sektörünün rekabet gücü artırılabilir.

AB Komisyonu sektörü daha rekabetçi hale getirmek için turizmdeki eğilimleri ve turistlerin gereksinimlerini dikkate alarak Avrupa düzeyinde daha iyi bir bilgi tabanı oluşturmaktadır. Bu bağlamda turizm alanındaki istatistiki bilgilerin toplanması yönergesi 95/57/EC¹³² önemli bir adımdır. Sektörle ilgili istatistikleri ve

¹³²European Commission, “Europe, The World’s No 1 Tourist Destination- A New Political Framework for Tourism in Europe”, **Communication From the Commission to the European**

analizleri bütünleştirmek amacıyla üye devletler, turistik yerler, sektör temsilcileri, kamu ve özel kuruluşlar arasında işbirliğini teşvik etmek için daha ileri adımlar atılmaktadır. Komisyon, Avrupa düzeyinde istatistik alanında Eurostat'ın koordinasyon rolünü koruyarak, bölgesel ve ulusal yönetimler, ulusal turizm büroları ve istatistik enstitüleriyle yakın işbirliğinde olan araştırma enstitüleri, üniversiteler, kamu ve özel izleme birimleri arasında bilgi ağlarının geliştirilmesinin gerekli olduğunu düşünmektedir. Avrupa ölçeğinde turizm alanında araştırmanın geliştirilmesi ve koordinasyonu, daha bütünleştirilmiş bir yaklaşım ve daha büyük bir sinerji sağlanması için gereklidir. Bilgi ağları OECD ve WTO gibi uluslararası örgütlerle de işbirliğini sağlamalıdır¹³³.

Turizm uydu hesapları ile ülkeler kendi hesap sistemleriyle diğer ülkeler arasında uyumlu, karşılaştırılabilir ve zaman içinde tutarlılık gösteren göstergeler oluşturmaya çalışmaktadırlar. “Turizm uydu hesaplarının amacı; mal ve hizmetlere olan talebi tüm yönleriyle ayrıntılı bir şekilde analiz etmek, ekonomideki bu mal ve hizmetlerin arzını gözlemlemek ve bu arzın diğer ekonomik faaliyetleri nasıl etkilediğini tanımlamaktır. Bir ülkenin turizm istatistikleri ile diğer istatistiksel sistemlerinin tutarlılığı artıkça, bu verilerin uluslararası karşılaştırılabilirliği de artmaktadır”¹³⁴.

2.2.2.2. Mesleki Eğitim ve Öğretimin İyileştirilmesi

AB’nde Komisyon kararları ile mesleki eğitim yönlendirilmekte ve üye ülkelerin bu kararlara uymaları istenmektedir. Böylece, üye ülkeler arasında diplomaların denkliği sağlanmakta ve eğitim faaliyetleri Avrupa Sosyal Fonu ile desteklenmektedir. Turizm de insan kaynağına dayalı hizmet üreten bir sektör olduğundan, çalışanların eğitimi sektörün gelişimi açısından önem kazanmaktadır. Turizm sektöründe kalite ve istihdamın geliştirilebilmesi ve rekabet üstünlüğü

Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and Committee of The Regions, COM (2010) 352 final, Brussels 2010 (A new Political Framework), s.10.

¹³³European Commission (A New Political Framework), s.10.

¹³⁴UN Statistical Commission, 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008)”, 26-29 February 2008, s.4.

kazandırılarak geleceğe hazırlanabilmesi için mesleki eğitim hayatı bir önem taşımaktadır.

AB eğitim programlarından biri de “*Yaşamboyu Öğrenme Programı*” (Lifelong Learning Programme) dır. Yaşamboyu öğrenme, Avrupa çapında eğitim ve öğrenimi destekleyen ve AB fonlarıyla finanse edilen bir programdır. Program Erasmus, Comenius, Grundtvig ve özellikle becerilerin geliştirilmesi üzerine yoğunlaşan Leonardo Da Vinci gibi çeşitli fırsatlar sunan farklı programlardan oluşmaktadır¹³⁵. Leonardo Programı, eğitimin kalitesini artırmayı, becerileri geliştirmeyi, işgücünün hareketliliğini, yenilikleri özendirmeyi ve Avrupa endüstrisinin rekabetselliğini artırmayı amaçlayan mesleki eğitimle ilgili örgütler arasında işbirliğini teşvik etmektedir. 1994 yılında oluşturulan bu programın yürütülmesinden Komisyon sorumlu olup, üye devletler uygulamada gerekli önlemleri almaktadır.

Leonardo da Vinci II Programı (2000-2006) kapsamında turizm sektöründe mesleki eğitimi ve istihdamı amaçlayan, ekolojik turizm, kırsal turizm, seyahat sektöründe uluslararası işbirliği, turizm teknisyenleri için uzaktan eğitim, ormancılık ve eğlence faaliyetlerini içeren altı adet çok yıllık pilot proje desteklenmiştir. Ayrıca turizm alanında yabancı dil eğitimi vermeyi amaçlayan iki proje daha 2000 yılında uygulamaya konmuştur¹³⁶. Leonardo Programı bünyesinde turizm sektöründe çok sayıda proje gerçekleştirilmektedir. Örneğin, 2007-2010 yılları arasında Avrupa turizm endüstrisinin küçük ve orta ölçekli turizm işletmelerindeki orta düzey ya da genç yöneticiler için mesleki eğitim projesi (VocMat) başlatılmıştır¹³⁷.

¹³⁵ Tourism and Sustainable Development Unit, “Leonardo Da Vinci Programme”, https://secure2.gov.mt/TSDU/leonardo_da_vinci . (15.08.2010).

¹³⁶ Commission of European Community, “Commission Staff Working Paper, Report on Community Measures Affecting Tourism “, Brussels, 15.03.2002, SEC (2002) 300, http://aei.pitt.edu/5400/01/001901_1.pdf , s.17. (12.09.2010).

¹³⁷ VocMat, Vocational Management Training for the European Tourism Industry, <http://www.vocmat.com/index.asp> . (12.09.2010)

2.2.2.3. Bütünleştirilmiş Kalite Yönetimi

Dünyada turizmde yaşanan yoğun rekabet, Avrupayı'da rekabet üstünlüğü sağlamak için turizmde kalite arayışına yöneltmiştir. Turizmde büyüme ve istihdamın sağlanabilmesi, sürdürülebilir ve dengeli kalkınma için rekabet üstünlüğünün temel unsuru olarak “*Bütünleştirilmiş Kalite Yönetimi*” anlayışı benimsenmiştir. Bu amaçla “1998 yılında Avusturya'da turizmde bütünleştirilmiş kalite yönetimi üzerine Avrupa turizmi forumu düzenlenmiş ve turizmde kalitenin geliştirilebilmesi için stratejik bir eylem planı sunulmuştur”¹³⁸.

Avrupa turizminin rekabet gücünü artırmak amacıyla turizm sektöründe yer alan tüm aktörler, turizmi etkileyen diğer sektörler ve bölgesel, ulusal ve uluslararası örgütlerle her düzeyde yakın işbirliği sağlanarak bütünleştirilmiş kalite yönetiminin benimsenmesi zorunlu kılınmıştır. Bu girişimlerle AB üye devletlerin ve turizmle ilgili örgütlerin deneyimlerini ve bilgi birikimlerini bir havuzda toplamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda Avrupa Komisyonu düzeyinde turizmi etkileyen iç pazarın işleyişi, yeni teknolojilerin sunumunun özendirilmesi, bilgi teknolojileri, elektronik ticaret ve ekonomik parasal birlik, ulaştırma, istihdam ve eğitim gibi topluluk politikaları arasında koordinasyon güçlendirilmeli ve tüm ortaklarla sorumluluk paylaşılmalıdır.

Bütünleştirilmiş kalite yönetiminin temel ilkeleri ortaklık, liderlik, strateji ve izleme ilkeleridir¹³⁹. Ortaklık, turizmde tüm aktörlerin kalite sürecine dahil edilmesidir. Liderlik, bir kuruluşun önderliğinde ve hedefler doğrultusunda bir stratejinin belirlenmesidir. İzleme ilkesi ise, sürdürülebilirliğin sağlanması için uygulamaların topluluk, ekonomi, çevre ve özellikle kırsal alanlar üzerindeki etkilerinin belirlenmesidir.

¹³⁸ Guy Crauser, “European Tourism Forum on Integrated Quality Management in Tourism”, Tyrol, Austria, 9-12 July 1998, ss. 1-5.

¹³⁹ İlkay Taş, “Avrupa Birliği'nin Turizm Politikaları ve Seyahat Acentelerinin Avrupa Birliği'ne Bakış Açılarının Değerlendirilmesi”, (yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, SBE, Avrupa Birliği Ana Bilim Dalı, 2003,s.71.

Bütünleştirilmiş kalite yönetimi özellikle küçük ve orta ölçekli turizm işletmeleri üzerinde önemli rol oynadığından kırsal ve tarımsal turizm üzerinde de etkileri bulunmaktadır. İspanya'nın doğal güzelliği ile kırsal turizme yönelmiş dağlık Navara bölgesi, İtalya'nın Basilicata bölgesi, İrlanda'nın zengin tarım alanlarının ve tarımsal turizm uygulamalarının bulunduğu Ballyhoura yöresi, Avusturya'nın Lungau ve Bregenzerwald bölgeleri, Fransa'da Pays Cathare, Vosges Du Nord bölgeleri, Finlandiya'da Pohjois Karjala bölgesi, Almanya'nın Sachsische Schweiz bölgesi, Hollanda'nın Schouwen bölgesi, İngiltere'nin Trossachs bölgesi, Portekiz'in Vale de Lima bölgesi ve İsveç'in Vallonbruk bölgesi bütünleştirilmiş kalite yönetimi ilkelerini uygulamışlardır¹⁴⁰. Tarımsal turizmin yapıldığı Fransa'nın Bregenzerwald ile İrlanda'nın Ballyhoura bölgelerinde konaklama olanakları geliştirilmiş ve turistlere sunulan yöresel ürünler ve yemekler geliştirilmiştir. Ballyhoura'da küçük işletmeler, yerel toplum ve kalkınma ajanslarından katılan 280 üye ile kırsal turizm kooperatifi oluşturulmuştur. İlgili oyuncuları bir araya getiren, geri bildirimle dayalı, gerekli dış uzmanlıklardan yararlanan bir eylem planı geliştirilmiştir. Her yıl için istihdam hedefleri oluşturulmuş, çiftlik çalışanları misafirleri nasıl ağırlayacakları ve bilgiye nasıl ulaşacakları konusunda eğitilmiş ve misafirlerle deneyimleri hakkında konuşmaya özendirilmişlerdir. Avusturya'nın tarımsal turizm uygulamalarıyla tanınan Alpler'in eteklerinde bulunan Bregenzerwald'da da konaklama olanakları geliştirilerek turistlerin yöreye özgü peynirleri satın alması ve peynir üretimini izleyerek, deneyim kazanmaları sağlanmıştır.

2.2.2.4. Turizm İşletmelerinin Güvenliği

Turizm işletmelerinde güvenliğin sağlanması o işletmenin kalitesini gösteren birinci unsurdur. İşletmelerin büyümesi ve hizmetlerin çeşitlenmesi oranında turistler açısından riskler artmakta ve güvenliğin sağlanması daha da önemli bir konu haline gelmektedir. Otellerde turistler yangın, gıda güvenliği, hijyen, havuz güvenliği v.b. risklerle karşı karşıya bulunmaktadır. Kırsal alanlardaki tarımsal turizm işletmeleri ise bunlara ilaveten böcek sokması, yaralanmalar, hastalıklar gibi bazı riskleri de

¹⁴⁰ Avrupa, "Towards Quality Rural Tourism", http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/towards_quality_tourism_rural_urban_coastal/iqm_rural_en.pdf. ss.1-149. (12.09.2010).

taşımaktadır. 1986 yılında Konsey otellerin yangın riskine karşı asgari standartlarda güvenlik sağlamasına ilişkin bir tavsiye kararı (86/666/EEC) almıştır¹⁴¹. Buna göre, binalar sağlam olmalı, gerektiğinde binada bulunanların güvenli bir şekilde tahliyesi sağlanmalı, güvenli çıkış yolları ve erken uyarı sistemleri bulunmalı ve personele uygun talimatlar ve eğitim verilmelidir. Ancak, 2001 yılında 86/666/EEC sayılı yangın güvenliği ile ilgili tavsiye kararının uygulanmasına ilişkin Komisyon tarafından yayınlanan raporda¹⁴² Konsey'in aldığı tavsiye kararının bir çok durumda güvenlik düzeyinin geliştirilmesine yardımcı olduğu fakat belirli üye devletlerde yeni otellere ve mevcut otellerde de yeni işlere uygulanması ile sınırlandırıldığından, AB genelinde güvenlik standartlarının uygulanmasının tamamen başarısız olduğu belirtilmektedir.

Turizm işletmelerinin güvenliği açısından diğer önemli bir konu da gıda güvenliği ve hijyendir. Gıda güvenliğine AB bütünleştirilmiş yaklaşımı, iç pazarda etkin işleyişi sağlamaya yönelik olarak, tarladan tüketicinin masasına önlemleri olarak ve yeterli izleme yoluyla hayvan sağlığı, hayvan refahı, bitki sağlığı ve yüksek düzeyde gıda güvenliğini sağlamayı amaçlamaktadır¹⁴³. Bu yaklaşımın uygulanması yasal çerçevenin ve diğer eylemlerin geliştirilmesini içermektedir. Etkili bir kontrol sisteminin yapılması, AB üyelerinden ve üçüncü ülkelerden gelen ürünlerin ne ölçüde AB standartlarıyla uyumlu olduğunun değerlendirilmesini ve Avrupa Gıda Güvenliği Kuruluşu ve gıda güvenliği ile ilgili uluslararası örgütlerle işbirliği geliştirmeyi gerektirmektedir. “AB’nde gıda güvenliği tüketiciyi koruma yasası çerçevesinde yönergelerle de ele alınmaktadır”¹⁴⁴. Gıda hijyeninin sağlanması konusunda ise genel hijyen yönergesi kapsamında Komisyon ürünlerin üretimi, pazarlaması ve ithalatına ve bu alanda çalışan personele ilişkin belirli kuralları içeren bir rehber hazırlamıştır.

¹⁴¹ Avrupa, “Fire Safety in Existing Hotels”, http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/121183_en.htm (12.09.2010).

¹⁴² Commission of the European Communities, “Report From the Commission on Application of the Council Recommendation of 22 December 1986 on Fire Safety in Existing Hotels (86/666/EEC)”, Brussels COM (2001) 348 final, 27.06.2001.

¹⁴³ Avrupa, “Food Safety: From the Farm to the Fork”, http://ec.europa.eu/food/intro_en.htm (12.09.2010).

¹⁴⁴ Geniş bilgi için bkz. Avrupa, European Commission, “The EU and Consumers”, http://ec.europa.eu/ireland/press_office/news_of_the_day/pdf_files/ec-cib-leaflets/consumart.pdf (15.09.2010).

2.2.2.5. Turizmde Yeni Teknolojilerin Kullanımı

AB turizm sektörü rekabet gücünü korumak ve sürdürülebilir kılmak için yeni teknolojilerden yararlanmak zorundadır. Büyük işletmeler (otel zincirleri, havayolu taşıma şirketleri) tedarik zincirinde e-tedarik hizmetlerini, tek bir platformda tüm müşterilerle ilişkileri geliştirmek için CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) modellerini oluşturmaktadır. Ağ hizmetlerinin oluşturulması sadece müşteri odaklı değildir. İşletmeden işletmeye (Business to business) olan çözümler de işin etkinliğini artırdığı gibi, maliyet tasarrufu, hizmetlerin kalitesini artırma ve pazarı geliştirme gibi yararlar sağlamaktadır. Avrupa’da yüksek düzeyde pazara nüfuz oranına sahip GSM alt yapısı, turizm sektörüne seyahat bilgi hizmetleri, konumlandırma hizmetleri, lokasyon bazlı bilgi hizmeti, trafik ve gecikme işaretleri, “check in” ve “check out” işlemleri gibi yeni değerlerin katıldığı hizmetler kazandırmıştır. Zengin bir multimedya gerektirmesine rağmen, kablo ya da uydu ile dağıtımı sağlanan interaktif sayısal (dijital) TV kullanımı da tüm Avrupa’da yaygınlaşmaya başlamıştır¹⁴⁵. Gelecekte e-turizmde çok daha ileri uygulamaların yapılacağı öngörülmektedir. Örneğin, “seyahat öncesi bilgisi ve karar destek aracı olarak hizmet edecek olan VIBE, seyahatle ilgili önerileriyle müşteriye seyahat sırasında ve hatta sonrasında bir değer yaratacaktır”¹⁴⁶.

İnternet ve otel sektörü ile ilgili bir çalışma yakın zamanda Eurobank (2008) tarafından yapılmıştır. Araştırmanın sonuçları Tablo 13’de gösterilmektedir. Bir kimsenin Akdeniz’deki rakip ülkeler arasında bir destinasyonu erişim sayfalarından tesadüfen seçme olasılığı İtalya, İspanya, Türkiye, Portekiz ve Yunanistan için sırasıyla %12.7, %10.5, %6.4, %5.3 ve %5.1’dir. İtalya sınıflandırmada ilk sırada yer almaktadır. Türkiye, Portekiz ve Yunanistan’dan daha fazla erişim sayfasına sahiptir

¹⁴⁵ Working Group –E, “Managing the Impact and the Use of Information and Communication Technologies Based Services In the Tourism Sector”, Tourism and Employment, **Final Report of Working Group-E**, June 2001, s.9.

¹⁴⁶ Diemater Jannach ve diğerleri, “Developing a Conversational Travel Advisor with Advisor Suite”, **Information and Communication Technologies in Tourism 2007**, Der. Marianna Sigala, Luisa Mich ve Jamie Murphy, Springer Wien, NewYork 2007, s.49.

fakat seyahat araştırma konusunda daha az erişim sayfasına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 13: Erişim Sayfaları ve Farklı Ülkelerin Payları

Ülke	Tatiller erişim sayfası	Sayfa/sakinler	Olasılık %	On-line bilet erişim sayfası	Seyahat araştırma erişim sayfası	Olasılık %
İtalya	5.190.000	89	12.7	1.900.000	1423	11.3
İspanya	4.280.000	106	10.5	1.080.000	1287	10.2
Türkiye	2.630.000	37	6.4	568.000	831	6.6
Portekiz	2.170.000	204	5.3	716.000	845	6.7
Yunanistan	2.080.000	194	5.1	646.000	921	7.3
Kıbrıs	1.930.000	2.478	4.7	494.000	636	5.0
Bulgaristan	1.900.000	259	4.6	340.000	629	5.0
Malta	1.850.000	4.568	4.5	373.000	580	4.6
Romanya	1.840.000	83	4.5	292.000	494	3.9

Kaynak: Toureg, “Report of the Analysis of the Situation of the Services Sector Linked to Tourism in the Regions Taking Part in the Project, Sector Swot Analysis”, **Competitiveness and Knowledge in the Tourism Sector**, 2008, s.43., Eurobank (2008),

“Turizm ve İstihdam” süreci çerçevesinde Komisyon ve üye devletler tarafından “bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımına dayalı hizmetler” alanında oluşturulan *E çalışma grubu* 2001 yılında bir rapor yayımlamıştır. Rapora göre; “BIT’ne dayalı hizmetler; sayısal elektronik yöntemler ve araçların kullanımıyla bilgiyi toplamak, işlemek, paylaşmak, dağıtmak suretiyle değer yaratmaktır. Sayısal elektronik yöntem ve araçlar; turizmle ilgili iş süreçlerini destekleyen yazılım uygulamaları ve bileşenleri, veri, biçimsel özellikler, standartlar ya da cihazlardır”¹⁴⁷. Turizm sektörü üzerinde en fazla ağ hizmetlerinin oluşturulması, sistemlerin bütünleştirilmesi, e-ticaret ve işletme yönetimi ile ilgili uygulamalar etkili olarak görülmektedir. Turizm sektöründe bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımını inceleyen çalışma grubunun önerileri şunlardır¹⁴⁸:

- e-Turizm için bir Avrupa Bilgi Ağı kurulması,

¹⁴⁷ European Commission, Enterprise and Industry, “Tourism: Working Groups’ Reports”, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/documents/working-groups-reports/index_en.htm (15.09.2010)

¹⁴⁸ Working Group-E.

- Turizmde mobil e-ticaret hizmetleri ve mevzuatın değerlendirilmesi konusunda çalışma yapacak iki çalışma grubunun oluşturulması,
- Destinasyon Yönetim Sistemleri aracılığıyla KOBİ'ler ve turistik yerlerin pazar bütünleşmesini güçlendirecek bir destek merkezinin kurulması.

Avrupa'nın az bilinen kırsal alanlarındaki küçük ve orta ölçekli turizm işletmeleri için onları Avrupa portalına bağlayan bölgesel düzeyde internet temelli bilgi ve rezervasyon sistemleri oluşturulmak amacıyla Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen 4. Araştırma ve Teknolojik Kalkınma Çerçeve Programı kapsamında Telematik Uygulama Programı geliştirilmiştir¹⁴⁹. Bu programla bölgeler ve turizmdeki aktörler rekabet güçlerini artırmak ve gelecekte giderek artan ölçüde küresel bir güç olmaları amacıyla işbirliğine ve deneyimleri paylaşmaya teşvik edilmişlerdir. 2000 yılında turizm sektöründe FETISH (Federate European Tourism Information System Harmonisation-Avrupa Turizm Bilgi Sistemlerinin Uyumlaştırılması), TOURSERV (Personalised Tourist Services Using Geographic Information System-Internet Yoluyla Coğrafi Bilgi Sistemlerini Kullanan Turizm Hizmetleri), TraVELSMART (Intelligent, Smart Card and Internet-Based Customer Relationships Management Service for European Tourism Destinations-Avrupa Turizm Merkezleri İçin Bilgi ve Internet Temelli Müşteri İlişkileri Yönetimi), CRUMPET (Creation of User-Friendly Mobile Services Personalised for Tourism-Turizm İçin Bireyselleştirilmiş Kullanıcı Dostu Mobil Hizmetler), ESTIA (Efficient Electronic Services for Tourist in Action-Turistler İçin Etkin Elektronik Hizmetler) gibi iletişim ve bilgi teknolojileriyle ilgili programlar da yürürlüğe konmuştur¹⁵⁰.

AB'nde BIT'nin kullanımına ilişkin bazı sorunlar da bulunmaktadır. Turizm sektöründe iletişim ve bilgi teknolojileri sistemleri, farklı veri sistemlerini ve farklı süreç yönetimi sistemlerini izlemektedir. Bu nedenle 2008 yılında CEN turizm alanında bir çalıştay düzenleyerek sektördeki farklı uygulamaları ortadan kaldırmaya

¹⁴⁹ Commission of the European communities, "Community Measures Affecting Tourism", Report From the Commission to the European Parliament, The Council, The Economic and Social Committee and The Committee of the Regions, Brussels COM (2001), 171 final 28.03.2001. s.24.

¹⁵⁰ Commission of European Communities, "Commission Staff Working Paper, Report on Community Measures Affecting Tourism", Brussels SEC (2002), 300, 15.03.2002. s.30.

yönelik olarak turizm sektöründen farklı paydaşların katılımıyla bir uzmanlar grubu oluşturmuştur. Sonuçta, çalıştay, BIT konusuna genel bir bakış sağlayan, turizm sektöründe BIT'nin kullanımını konu alan ve mevcut standartlar ve yöntemler arasında nasıl uyum sağlanacağına ilişkin öneriler geliştiren bir doküman sunmuştur¹⁵¹. Çok sayıda KOBİ'nin bulunduğu ve sürdürülebilir kalkınmanın önemli olduğu AB turizm sektöründe, *CEN Çalıştay Kararı* işletmelerin ekonomik büyümesini ve turizm hizmetlerinin kullanımını kolaylaştıracaktır.

2.2.2.6. Turist Hakları

Genel olarak turistler tüketicilerin sahip olduğu haklara sahiptirler. Ancak bazı durumlarda turistlerin korunması için özel düzenlemelerin yapılması gerekli olmuştur. Bunlar; paket seyahatler ve devre mülk ile ilgili düzenlemelerdir.

Paket seyahat yönergesi (90/314/EEC)¹⁵² Konsey tarafından 1990 yılında benimsenmiştir. Tatil yapacak ve seyahate çıkacak tüketicilerin korunmasında AB'nin en önemli yönergelerinden birini oluşturmaktadır. Paket tatiller, konaklamalar ve paket turlar ile ilgili geliştirilen kuralların üye devletler arasında uyumlaştırılmasını amaçlamaktadır.

Paket tatil ve turlar turizmin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Paket tatillerle ilgili üye devletler arasında ortak kuralların benimsenmesi hem turizm işletmeleri hem de tüketiciler açısından yararlar sağlamaktadır. Paket turlara ilişkin kuralların bir üye devletten diğerine değişiklik göstermesi, haklarının güvence altına alınmasını ve bu konuda üye devletler arasında bir standardın oluşturulmasını isteyen

¹⁵¹ CEN, "E-Tourism ICT Interoperability in the Tourism Sector",

<ftp://ftp.cenorm.be/CEN/AboutUs/Publications/WorkshopeTour.pdf>, ss.1-4. (15.09.2010).

¹⁵² Yönerge 10 maddeden oluşmaktadır. 1.maddede yönergenin amacını, 2. maddede paket, organizatör, perakendeci, tüketici ve sözleşme kavramlarının tanımlarını, 3. maddede sözleşmenin niteliklerini, 4. maddede organizatör ve perakendecinin yükümlülüklerini, 5. maddede üye devletlerin tüketiciye yükümlülüklerini, 6. maddede tüketicinin şikayeti durumunda taraflara düşen yükümlülükleri, 7. maddede organizatör ya da perakendecinin iflas etmesi durumunda tüketicinin haklarının teminat altına alınması, 8. maddede üye devletlerin yönergenin kapsamadığı diğer önlemleri alabilmesi, 9. maddede 10. maddede bu yönergenin üye devletler açısından bağlayıcı olduğu belirtilmektedir. Geniş bilgi için bkz. Council Directive of 13 June 1990, on package travel, package tours (90/314/EEC), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31990L0314:EN:HTML> (15.09.2010).

tüketiciler açısından tedirginlik yaratmakta ve turizm işletmelerinin satışlarını azaltmaktadır. Paket turlara ilişkin kuralları üye devletler arasında uyumlaştırmayı amaçlayan Paket Seyahat Yönergesi, tek pazarın oluşumuna katkı sağlamakta, paket seyahatlerin artmasına ve üye devlet ekonomilerinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Paket tatil sunan operatörlerin faaliyetleri bir üye devletle sınırlı kalmamakta diğer üye devletlerin pazarlarına da yönelebilmektedir. Bu durum rekabetin gelişmesine yol açmakta ve tüketiciler açısından daha uygun paket fiyatlarının oluşmasını sağlamaktadır.

Paket seyahatler konusunda ortaya çıkan sorunlarda tüketicilerin organizatörler ve üye devletler aleyhine dava açması yönergenin eksikliklerini gündeme getirmiştir. Yönergeyi revize etmek amacıyla, Komisyon 2007 yılında paket seyahatler alanında başlıca düzenleyici sorunları belirlemek ve konuyla ilgili paydaşlara danışmak için bir çalışma dokümanı yayımlamıştır. 2009 yılında Komisyon tüketicilere önlemler almak amacıyla “dinamik paketler” (tüketici taleplerini bir araya getiren seyahat paketleri) alanında tüketici zararlarının incelenmesi¹⁵³ konusunda bir çalışma sunmuştur. 2007’de mevcut yönergedeki problemler üzerine eğilirken, 2009’da mevcut paket seyahat kuralları ile ilgili başlıca problemlere olası çözüm yollarının geliştirilmesi üzerine yoğunlaşmıştır.

Devre Mülk: Son yıllarda devre mülk şeklindeki tatillerde ve karşılaşılan sorunlarda bir artış gözlenmektedir. Bu nedenle AB, 94/47/EEC¹⁵⁴ sayılı gayrimenkullerin devre mülk olarak kullanılması hakkının satın alınmasına ilişkin yönergeyi 1994 yılında benimsemiştir. Yönergenin 1. maddede belirtilen amacı, gayrimenkulleri devre mülk olarak kullanma hakkının satın alınmasıyla ilgili düzenlenen sözleşme kapsamında, satın alanın korunmasına ilişkin üye devletlerin yasa, düzenleme ve idari hükümlerini yakınlaştırmaktır. Ayrıca 1. maddede sözleşmenin ana unsurları hakkındaki bilgiler, usul, iptal ve geri çekilmeyle ilgili

¹⁵³ London Economics, “The European Commission-Health and Consumer DG”, Final Report, Kasım 2009, http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/study_consumer_detrimen_dyn_a_packages_en.pdf . (15.09.2010).

¹⁵⁴ Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of the purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable properties on a timeshare basis, Official Journal L 280, 29.10.1994.

hükümler yer almaktadır. Alıcıya herhangi bir neden göstermeksizin 10 gün içinde sözleşmeden vazgeçme hakkı da getirilmektedir.

1994 yılında devre mülk yönergesinin kabul edilmesinden sonra pazarda yeni sorunlar yaşanmaya başlanmıştır. Devre mülke benzer fakat yönergenin kapsamına girmeyen yeni ürünlere ilişkin şikâyetler ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, 2000 yılında Avrupa Parlamentosunun *Hukuki İşler ve İç Pazar Komitesi* ve *Çevre, Halk Sağlığı ve Tüketici Politikası Komitesi* rapor üzerinde çalışmaya başlamışlardır. Parlamantonun görüşleri benimsendikten ve Konsey sonuçları dikkate alındıktan sonra, Komisyon gerekirse yönergede değişiklik düşünebilecek ya da birçok devre mülk firmasının kullandığı saldırgan satış tekniklerini engellemek amacıyla diğer önlemleri alabilecektir. Komisyon bu konuyu AB tüketiciyi koruma politikasına ilişkin yeşil kitapta tüm yönleriyle incelemiştir. Ayrıca, Komisyon 1 Ağustos 2006'da bir danışma dokümanı (94/47EC)¹⁵⁵ yayımlamış ve devre mülk kullanıcılarının karşılaştıkları problemlerin devam etmesi nedeniyle, 14 Ocak 2009'da boşlukları doldurmayı amaçlayan yeni bir yönerge daha kabul etmiştir. Tatil kulüpleri gibi piyasaya yeni çıkan ürünleri de içerecek şekilde geçerli kuralların kapsamı genişletilerek tüketicinin daha iyi korunması amaçlanmıştır. Yeni yönerge Şubat 2009'da yürürlüğe girmiştir. Üye devletler Şubat 2011'de kendi ulusal hukuk kurallarını yönerge ile değiştirmişlerdir¹⁵⁶.

Hava Yolcularının Haklarının Korunması: Komisyon 2000 yılında havayolu yolcularının haklarının korunmasını güçlendiren bir politika geliştirmiştir. Birçok yolcu haklarının bilincinde değildir ve onları sağlamak için başvuruda bulunmamaktadır. Aslında Topluluk yasaları yolculara uçak rezervasyonu, uçağa kabul edilmeme, paket tatiller ve yaralanma ya da ölüm durumunda havayolunun sorumlu olması gibi haklar sağlamaktadır. Yolcuların haklarını kullanamaması

¹⁵⁵ European Commission, Health and Consumer Protection Directorate-General, "Consultation Paper Review of the Timeshare Directive (94/47/EC), http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/timeshare/consultation_paper010606_en.doc (15.09.2010).

¹⁵⁶ Directive 2008/122/EC of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and Exchange contracts. http://ec.europa.eu/consumers/rights/travel_en.htm#newdir . (15.09.2010).

nedeniyle Komisyon bir bilgilendirme kampanyası ile Topluluk yasaları çerçevesinde yolcu hakları konusunda onları bilinçlendirme girişimi başlatmıştır.

Komisyon havayolu yolcularının korunmasına ilişkin bir öneriyi benimseyerek 30 Kasım 2000’de yayımlanan bir danışma kitabı sunmuştur. Bu öneri; hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için havayolları ve hava limanları tarafından gerçekleştirilen gönüllü girişimler ve temel yolcu çıkarlarının korunması için Topluluk mevzuatı olmak üzere iki sütundan oluşmaktadır¹⁵⁷.

Komisyon ve Avrupa Sivil Havacılık Birliği’nin teşvikiyle havayolu şirketleri ve hava limanı işletmeleri taahhütleri üzerinde çalışmaya başlamışlar ve hizmet kalitelerinin iyileştirilmesi konusundaki taahhütlerini 10 Mayıs 2001’de Lizbon’da AB Sivil Havacılık Konferansında kamuoyuna duyurmuşlardır¹⁵⁸. Topluluk yasaları yolculara AB’nde tüm yolculara aynı haklara sahip olmalarını sağlamak ve bu haklara saygı gösterilmediği durumlarda tazminat isteme hakkını vermekte ve havayolu şirketleri de tek pazarda aynı kurallar çerçevesinde faaliyet göstermektedir. Komisyon kaza sonucu yolcuların yaralanması veya ölüm olaylarında¹⁵⁹, gecikme ve bagajların kaybolması¹⁶⁰ durumunda yolcuları koruyan sorumluluk kurallarının Topluluk tarafından uygulanmasını benimsemiştir. Rezervasyonların iptali durumunda yedi gün içinde bilet iadesi veya uçuş uzaklığına göre zararın telafisi, uzun süren gecikmelerde konaklama, gıda, ulaştırma, telefon v.b. olanakların

¹⁵⁷ Commission of the European Communities, “Commission Communication to the European Parliament and the Council Protection of Air Passengers in the European Union”, COM (2000) 365 final of 21.06.2000.

¹⁵⁸ The Voice of Europe’s Airports, “Airport Voluntary Commitment on Air Passengers Service”, 26.04.2001.
http://ec.europa.eu/transport/air_portal/passenger_rights/doc/2001/2001_04_26_commitment_airports_en.pdf. (15.09.2010)

¹⁵⁹ Official Journal of European Communities, “Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council amending Regulation (EC) No 2027/97 on air carrier Liability in the event of accident”, COM(2000) 340 final 2000/01 45 (COD).

¹⁶⁰ Official Journal of European Communities, “Proposal for a Council Decision on the approval by the European Communities of the Convention for the Unification of Certain Rules for International Carriage by Air (the Montreal Convention)”, (COM(2000) 446 final . 2000/0193(CNS).

karşılanması veya bilet iadesi¹⁶¹, bagajların kaybolması durumunda tazminat verilmesi ve fiyat şeffaflığı yolcuların hakları olarak öngörülmektedir.

2.2.2.7. Engelli Turist Hakları

Fiziksel engelleri ortadan kaldırarak tüm engelli insanların desteklenmesi ve onları ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamın bir parçası haline getirmek, AB özürlü stratejisinin önemli bir unsurudur. Temel Haklar Şartı'nın 21. maddesinde engelli olma durumu da dahil olmak üzere vatandaşlar arasında ayırım yapmama temel ilke olarak benimsenmektedir. Bu nedenle, turizm olanaklarından yararlanma hakkı tüm engelli vatandaşlar için sosyal bir hak olarak görülmektedir. "2001 yılında gerçekleştirilen bir araştırmaya göre 15 üyeli AB'de engellilerin oranı, çalışan yaş grubundaki (16-64 yaş) toplam nüfusun %14.5'ini oluşturduğunu, yeni 10 üyeyle birlikte bu oranın % 25'e yükseldiğini ortaya koymuştur"¹⁶². Engelli vatandaşların oranının bu kadar yüksek olması ve aileleriyle birlikte düşünüldüğünde engelli turistlerin turizm açısından önemli bir pazar olarak görülmesini de sağlamaktadır.

Seyahat etmek ve tatile gitmek engelliler açısından daha zordur. Engellilerin turizm olanaklarından yararlanabilmesi için bazı olanakların sağlanması gerekmektedir. Özel donanımlı araçlar, alçak tabanlı otobüsler, banyo ve tuvaletlerde özürlüler için düzenekler, tekerlekli sandalye sağlanması, bilgiye erişmelerinde kolaylığın sağlanması, rezervasyon sırasında ayrımcılığın yapılmaması, otellere girişte, uçaklarda veya havalimanlarında yardım alma hakkının sağlanması ilk aşamada akla gelen önlemlerdir. Engellilerin turizme katılımını artırmak amacıyla, 1992 yılında turizmde öncelik verilen alanların geliştirilmesi için üç yıllık (1993-1995) bir eylem planı benimsenmiştir. Plan sosyal turizmi ve özellikle öncelikli olarak engelli insanlar arasında seyahat ve turizmin özendirilmesini öngörmektedir. Engelli turistlerin mevcut turizm olanaklarına ilişkin bilgilenme ihtiyacını tatminkâr

¹⁶¹Regulation (EC) No 261/2004 of the European Parliament and of the Council of February 2004 Establishing Common Rules on Compensation and Assistance to Passengers in the Event of Denied Boarding and Cancellation or Long Delay of Flights, and Repealing Regulation (EEC) No 295/91.

¹⁶²Europa, Summaries of EU Legislation, "Equal Opportunities for people with Disabilities: A European Action Plan (2004-2010). http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/disability_and_old_age/c1141_4_en.htm . (15.09.2010).

bir şekilde karşılayabilmek amacıyla 1997 yılında 18 Avrupa ülkesini içeren “Avrupa’yı Engelli Turistler için Erişilebilir Yapmak” başlıklı bir rehber yayımlanmıştır¹⁶³. Ancak rehber bu tarihten sonra güncellenmemiştir. “2000 yılında Komisyon birçok politika alanında engelliler için ayırım gözetmeyen bir yaklaşımın benimsendiği bir yol haritasını ortaya koyan “Engelliler için Engelsiz Avrupa’ya Doğru” isimli bir rapor yayımlamıştır. 2003 yılı engelli olma sorununa toplumun farkındalığını artırmak için “Avrupa Engelliler Yılı” olarak kabul edilmiştir”¹⁶⁴.

AB’nin (2004-2005) engelliler eylem planında turizmde bilgiye erişimin geliştirilmesi ve otel sahiplerini desteklemek amacıyla erişilebilir turizmle ilgili bir broşür hazırlanması öngörülmektedir. Ayrıca, 2005 yılında KOBİ’lerin iş fırsatları, hizmet kalitesi, büyüme ve istihdamı konusunda erişilebilir turizm olanaklarının ekonomik etkileri üzerine bir çalışma yayımlamıştır¹⁶⁵.

Parlamento ve Konsey 5 Temmuz 2006’da havayoluyla seyahat eden engelli ve hareketliliği azalmış kişilerin haklarıyla ilgili EC 1107/2006 sayılı yönergeyi yayımlamıştır¹⁶⁶. Bu yönerge engelli veya hareketliliği azalmış kişilerin rezervasyonlarının ya da uçağa binmelerinin engellenmesini yasaklamaktadır. Hareketliliği azalmış vatandaşlara hava alanında veya uçağa binerken tekerlekli sandalye veya körler için rehber köpek gibi hizmetlerin ücretsiz olarak verilmesini öngörmektedir. Yönergeye göre üye devletlerin bu konuda gelen şikayetleri izlemesi için bağımsız kuruluşları oluşturması gerekmektedir. “Komisyon 30 Kasım 2005’de engelli kişilere ait tekerlekli sandalye ya da diğer yardımcı araçların kaybolması veya

¹⁶³ Laura Sanchez Guerra, “For Physically Disabled Customers”, **European Tourism Management**, United Kingdom 2002/2003.

¹⁶⁴ Avrupa Engelliler Yılı olarak kabul edilen 2003 yılı engelli kişilerin eşit haklara ulaşması için engellerin hala mevcut olduğu alanlara dikkat çekmektedir. Bkz. <http://www.eypd2003.org/>

¹⁶⁵ Communication From the Commission to the Council, The European Parliament, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, “Situation of Disabled People in the Enlarged European Union: The European Action Plan 2006-2007. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0604:FIN:EN:PDF> . (15.09.2010).

¹⁶⁶ Official Journal of the European Union, “Regulation (EC) No 1107/2006 of the European Parliament and of the Council of 5 July 2006 Concerning the Rights of Disable Persons with Reduced Mobility when Travelling by Air, <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:204:0001:0009:EN:PDF> (15.09.2010).

zarar görmesi durumunda zararın tazmin edilmesine ilişkin bir rapor da yayımlamıştır¹⁶⁷.

2.2.3. Avrupa Birliği'nin Turizmi Dolaylı Etkileyen Faaliyet ve Düzenlemeleri

AB'nde turizm sektörü, bağlantılı diğer AB politikaları çerçevesinde de ele alındığından aşağıdaki kısımda sektörü dolaylı olarak etkileyen politika ve düzenlemelere kısaca değinilmektedir.

2.2.3.1. Tek Pazar

Üye ülkeler arasında malların, hizmetlerin, sermayenin ve kişilerin serbest dolaşımı AB içinde turizmin gelişmesinde de önemli bir rol oynamıştır. 1986 yılında Tek Senet'le başlayan tek pazarın oluşturulması çabaları, 1993 yılında tamamlanmıştır. AB içinde fiziksel engeller kaldırılmış olup, malların dolaşımında sınır kontrolleri ve yolcular açısından da gümrük kontrolleri kaldırılmıştır¹⁶⁸.

Kişilerin serbest dolaşımı ile ilgili diğer önemli bir gelişme de Schengen Antlaşması'dır. 1985 yılında bazı AB üyeleri arasında imzalanan antlaşma ile oluşturulan Schengen bölgesi, daha sonra başka üyelerin katılımıyla genişlemiş ve bugün İrlanda, İngiltere, Kıbrıs, Bulgaristan ve Romanya hariç tüm AB üyelerinin katılımıyla sınırlarda serbest dolaşımın önündeki engeller kaldırılmıştır. AB vize politikasının temel amacı tek pazarda seyahat engellerini ortadan kaldırmak için tek tip bir vize politikası uygulamaktır. İyi bir idari işbirliğinin sağlanabilmesi için Shengen bölgesinin genişletilmesi ve tek tip bir uygulamanın gerçekleştirilmesi önemli olmuştur. 13 Temmuz 2006 tarihinde kabul edilen vize kanunu ile kısa süreli vize ile havaalanı transit vizesi için usul ve şartları içermektedir. Ayrıca, Mart

¹⁶⁷Commission of the European Communities, "Communications From the Commission, Communication on the Scope of the Liability of Air Carriers and Airports in the Events of Destroyed, Damaged or Lost Mobility Equipment of Passengers with Reduced Mobility When Travelling by Air, Brussels COM (2008) 510 final, 07.08.2008.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0510:FIN:EN:PDF> (15.09.2010).

¹⁶⁸Yolcu Bagajlarının kontrolü ile ilgili 3925/EEC sayılı yönerge 19 Aralık 1991 tarihinde, 1832/EEC sayılı yönerge 2 Haziran 1993 tarihinde çıkarılmıştır.

2010'da Komisyon tarafından yayımlanan el kitabı da vize kanununun uygulama esaslarını içermektedir¹⁶⁹.

Tek pazarda “ayrımcılık yasağı”, “işletme kurma özgürlüğü” (Amsterdam Antlaşması madde 43 ve eski Madde 52)¹⁷⁰ ve “hizmet sunma özgürlüğüne” (Amsterdam Antlaşması Madde 49 ve eski Madde 56)¹⁷¹ ilişkin hükümler, diğer işletmeleri etkilediği gibi turizm işletmelerinin kurulmasını ve sektörün işleyişini de etkilemektedir. İşletme kurma özgürlüğü ve hizmet sunma özgürlüğü tek pazarın sağlanmasına bağlıdır ve bu nedenle antlaşmalarda niteliklerin karşılıklı tanınması üzerine hükümler getirilmiştir.

2.2.3.2. Ekonomik ve Parasal Birlik

Ekonomik ve Parasal Birlik (EPB) üye ülkelerin ekonomi politikalarının uyumlaştırılmasının yanı sıra tek para birimi Avro'nun benimsenmesidir. EPB'in sağlanması ve ortak para biriminin kullanılması, AB turizmini ve işletmelerin rekabet gücünü etkilemiştir. EPB'in Avrupa turizmi üzerindeki başlıca etkileri şunlardır:

- Fiyatların şeffaflaşması: Tek paraya geçiş, üye ülkeler arasındaki fiyat farklılıklarını ortaya koyarak fiyat farklılaştırmalarını kolaylaştırmaktadır. Bu durum firmaların ülkeler bazında fiyat farklılaştırmasına gitmelerini zorlaştırmakta ve Birlik genelinde fiyatların birbirine yakınlaşmasını sağlamaktadır. Fiyatların şeffaflaşması, benzer ürünler üreten firmalar arasındaki rekabeti de artırmaktadır¹⁷².

¹⁶⁹ European Commission Home Affairs, “Visa Policy”, http://ec.europa.eu/home-affairs/policies/borders/borders_visa_en.htm#international_agreements . (15.09.2010).

¹⁷⁰ Europa, “Guide to the Case Law of the European Court of Justice on Articles 43 et seq. EC Treaty: Freedom of Establishment”, http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/infringements/art43_en.pdf . (15.09.2010). s.65.

¹⁷¹ European Commission, “The EU Single Market, General Principles: Freedom to provide services/Freedom of Establishment”, http://ec.europa.eu/internal_market/services/principles_en.htm .(24.09.2010).

¹⁷² Eryılmaz, O., “Parasal Birliğin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki muhtemel Etkileri”, http://people.ku.edu/~eryilmaz/Euronun_Turkiye.pdf . (15.11.2010).

- Parasal birlikle sonucunda döviz kurları sabitleneceğinden kurlara ilişkin istikrarsızlık ve belirsizlik giderilmiş olur. Bu nedenle sermayenin birlik içinde serbest dolaşımını sağlar ve mali entegrasyonu kolaylaştırır¹⁷³. Ortak paranın kullanılması ile turizm işletmeleri açısından kur riski ortadan kalkacaktır.
- EPB, işlem maliyetlerinden tasarruf sağladığı gibi turistler AB içinde seyahat ederken parayı farklı kura çevirmeden seyahat edebilecekleri için kur farkından kaynaklanan kayıpları da ortadan kalkacaktır.
- EPB'in sağladığı güven ortamı ve fiyat istikrarı, turizme olan talebi artıracaktır.

Sonuç olarak, fiyat istikrarının ve şeffaflığın sağlandığı, talebin arttığı, ticaretin geliştiği koşullarda turizm de bundan olumlu yönde etkilenecektir. Turizm sektörünün büyümesi aynı zamanda istihdamın gelişmesi anlamına da gelmektedir. EPB'in turizm sektörü üzerinde olumlu olduğu kadar olumsuz etkileri de olabilir. Özellikle kriz dönemlerinde ortak para politikası ülkelerin kendi ekonomik dengelerini sağlayacak bağımsız bir politikanın izlenmesini de önlemektedir. Ayrıca parasal birlik, sermayenin belli ülkelerde veya bölgelerde toplanmasına neden olarak, bölgesel dengesizliklere ve özellikle kırsal alanlardaki turizm işletmelerinin bundan olumsuz etkilenmelerine de yol açabilir.

2.2.3.3. Vergi Politikası

AB'nin henüz ortak bir vergi politikası bulunmamaktadır. Bir ülkenin ekonomik sisteminin bir parçası olarak düşünülen vergi politikası, AB'nde üye ülkelerin sorumluluğu altında bırakılmıştır. Üye devletler bu konudaki sorumluluklarını ya da bir kısmını yönetim yapılarına bağlı olarak bölgesel ya da yerel yönetime de devredebilmektedirler. AB vergi politikasının temel amacı üye ülkelerin ulusal vergi sistemlerini standardize etmekten daha çok, vergi politikalarını birbirleriyle ve AB'ni kuran antlaşmanın amacıyla uyumlu hale getirmektir. Bugün

¹⁷³ Utku Utkulu, "Avrupa Parasal Birliği Gerçekten Bir Optimum Para Sahası mıdır?", Siyasa, Yıl 1, Sayı:1, Güz 2005, s.7. <http://ekosem.ieu.edu.tr/siyasa/siyasautkuson.pdf> . (15.11.2010).

AB’nde tek pazarın düzgün işleyişi ve EPB’in başarısı, özellikle vergi alanında ekonomi politikalarının eşgüdümünün sağlanmasına ve güçlendirilmesine bağlıdır.

Turizm sektöründe alınan önemli vergi türlerinden birisi Katma Değer Vergisi (KDV) dir. KDV, ürünlerin satışından veya hizmetin verilmesinden doğan, tüketime bağlı ve satış fiyatı ile orantılı, dolaylı bir vergidir. AB’nin uyumlaştırılmış KDV sisteminin temel ilkeleri, pazara sunulan tüm mal ve hizmetlere uygulanıyor olması ve satış fiyatıyla orantılı olarak alınmasıdır.

Avrupa’nın ilk kez 1970’lerde tanıştığı KDV sistemi ile ilgili altıncı Konsey yönergesi (77/388/EEC), tüm üye ülkelerde verginin aynı işlemlere uygulanmasını ve vergi matrahlarının uyumlaştırılmasını ve böylece ortak bir temelde ele alarak üye devletler arasındaki sorunların ortadan kaldırılmasını öngörmektedir¹⁷⁴. Bu sistemle AB’nin her yerinde uygulanan bir KDV sisteminin yaratılması hedeflenmiştir. Bir ülkeye giden ve kendi gereksinimi için bir mal veya hizmet satın alan turistler, o ülkenin vatandaşlarıyla aynı oranda KDV ödemekte ve ülkelere döndüklerinde ayrıca tekrar KDV ödememektedirler. Yönergenin 26. maddesi de seyahat acentalarıyla ilgili hükümler getirmektedir. Bu düzenlemenin başlıca iki amacı bulunmaktadır. Birincisi, Topluluğun KDV kurallarını uygulamasını kolaylaştırmak ve seyahat acentasının hizmetin sağlandığı her üye devlette KDV amacıyla birden fazla sayıda kaydın yapılması durumunda ortaya çıkabilecek karışıklıkları önlemektir. Buna göre, bir seyahat turu sadece son tüketiciye satılabilir. İkincisi ise, KDV gelirlerinin her bir hizmetin nihai tüketiminin yapıldığı üye devlete aktarılmasıdır. Otel, restoran ve ulaşım hizmetlerinden sağlanan gelir üzerinden alınan KDV hizmetin alındığı ülkeye, seyahat acentelerinin gelirlerinden alınan KDV acetenin bulunduğu üye devlete aktarılmaktadır.

¹⁷⁴ Europa , “Six Council Directive of 17 May 1977 on the Harmonization of the Laws of the Member States Relating to Turnover Taxes-Common System of Value Added Tax: Uniform Basis of Assessment (77/388/EEC), OJ L 145, 13.6.1977, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1977L0388:20060101:EN:PDF> . (12.11.2010)

AB’nde KDV uygulamalarıyla ilgili mevcut sorunları gidermeye yönelik çok sayıda düzenleme getirilmiştir. 2007 yılında benimsenen 2006/112/EC¹⁷⁵ sayılı yönerge altıncı KDV yönergesinin yerini almıştır. Yönerge getirdiği değişikliklerle bu alanda uygulanan yasal düzenlemelere açıklık getirmekte ve kolaylaştırmaktadır. Üye ülkelerde uygulanan KDV oranlarında şimdiye kadar tam bir uyumlaştırma sağlanamamıştır. Oranlar genellikle %15 ile %25 arasında değişme göstermektedir. 5 Mayıs 2009’da Konsey 2009/47/EC¹⁷⁶ sayılı yönerge ile farklı üye ülkelerde hizmet sağlayanlar arasında haksız rekabeti önlemek amacıyla restoran hizmetleri de dahil olmak üzere belirli emek yoğun yerel hizmetlerde KDV’nin azaltılmış oranlarının isteğe bağlı kullanımını benimsemiştir.

Gümrüksüz Mağazaların Kaldırılması: Vergi politikasına ilişkin turizm sektörünü ilgilendiren diğer bir konu da tek pazarın kurallarına uyum için Konsey’in havaalanları ve limanlarda gümrüksüz mağazaların satışına izin veren bir ara rejimin 30 Haziran 1999’a kadar uygulanması konusundaki kararıdır. Ancak gümrüksüz satışların özellikle denizcilik sektöründe ve yerel düzeyde istihdam üzerinde olumsuz etkiler yaratacak olması, 17 Şubat 1999 tarihinde Komisyon’un Konsey’e Birlik içindeki seyahatte gümrüksüz satışların kaldırılmasının istihdam üzerindeki etkileriyle ilgili bir bildiri sunmasına neden olmuştur. Ancak Komisyon geçiş süresinin 30 Haziran 1999’dan sonrasına uzatılabileceğini belirtmekle birlikte, yasanın uygulanmasına ilişkin son tarih belirtilmemiştir.

Yolcu Beraberinde Getirilen Eşyalar: AB içi seyahat eden veya üçüncü ülkelerden gelen turistlerin beraberlerinde getirdikleri ticari olmayan eşyalar için vergi muafiyeti düzenlemesi getiren yönerge ilk kez 1968 yılında çıkarılmış, daha sonra 1994 yılında 94/4/EC¹⁷⁷ sayılı yönerge ile güncellenmiştir. Buna göre, üçüncü ülkelerden gelen turistler için vergiden muaf eşya alma sınırı kişi başına 175 €’dur.

¹⁷⁵ Commission of the European Communities, “Proposal for a Council Directive Amending Directive 2006/112/EC with Regard to Certain Temporary Provisions Concerning Rates of Value Added Tax”, [http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/com\(2007\)381_en.pdf](http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/com(2007)381_en.pdf) . (12.11.2010)

¹⁷⁶ Official Journal of the European Union, “Council Directive 2009/47/EC of 5 May 2009 amending Directive 2006/112/EC as Regards Reduced Rates of Value Added Tax”, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:116:0018:0020:EN:PDF> . (12.11.2010)

¹⁷⁷ Europa, “Tax Free Allowances: International Travel”, http://europa.eu/legislation_summaries/taxation/l31030_en.htm . (23.11.2010)

15 yaşından küçükler için bu sınır 90 €'ya indirilebilir. Turistler ülkelerine dönerken AB içinde satın aldıkları ürünler için ödedikleri KDV'leri geri alma hakkına sahiptir.

2.2.3.4. Rekabet Politikası

AB rekabet politikasının amacı, iyi işleyen bir AB Tek Pazar'ını oluşturabilmek amacıyla rekabet koşullarını sağlamak ve işletmeler arası antlaşmalar ve hakim durumun kötüye kullanılması gibi rekabeti kısıtlayan eylemleri engellemektir. Piyasa mekanizmasının sağlıklı işleyebilmesi serbest rekabet ortamının sağlıklı olarak oluşturulmasına bağlıdır. AB bütünleşme sürecinde tüm işletmelerin eşit koşullarda rekabet edebileceği sağlıklı bir iç pazarın oluşturulması amaçlanmaktadır. İşletmelere eşit rekabet olanağı sağlayan bir iç pazar, vatandaşlara da kendi seçtikleri bir yerde yaşama, çalışma, seyahat etme ve en uygun fiyatlı mal ve hizmetleri satın alma olanağı sağlar.

AB ortak rekabet politikası aşağıdaki temel ilkeler üzerine kurulmuştur. Bunlar, üye devletler arasındaki ticareti etkilediği ölçüde,

- Şirketler arasında yapılan ve iç pazardaki rekabeti sınırlayan ya da önleyen uyumlu eylemlerin yasaklanması,
- Rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların ve teşebbüs birliklerinin yasaklanması,
- Hakim durumun kötüye kullanımının yasaklanması,
- Üye devletler tarafından verilen ve belirli şirketlere ya da malların üretimine avantaj sağlayarak rekabeti sınırlama ihtimali olan yardımların denetlenmesi,
- Topluluk boyutu olan birleşmelerin denetlenmesi,
- Telekomünikasyon, ulaştırma, enerji gibi sektörlerin serbestleştirilmesidir¹⁷⁸.

¹⁷⁸ İktisadi Kalkınma Vakfı, "Avrupa Birliği'nin Rekabet Politikası", <http://www.ikv.org.tr/pdfs/9d1e7701.pdf> . (19.12.2010)., s.4.

İlk kez Roma Antlaşması'nda ele alınan rekabet politikası “1990’lı yıllarda rekabeti önleyici ihlallerin peşinde olarak ve kovuşturma sayısı artırılarak daha aktif olarak uygulanmaya başlanmıştır. AB’nde 1990 ile 2005 yılları arasında 18 birleşme 2005-2009 arasında ise sadece bir birleşme önlenmiştir”¹⁷⁹. Maasticht Antlaşması’nın 81. maddesinde, üye devletler arasında ticareti etkileyebilecek, ortak pazar içinde rekabeti kısıtlayıcı, engelleyici veya bozucu amaca veya bu etkiye sahip olan işletmelerarası anlaşmalar, işletme birliklerinin kararları ve uyumlu eylemler hukuka aykırı sayılmış ve yasaklanmıştır¹⁸⁰. Aynı hüküm Lizbon Antlaşması’nda 101. maddede yer almaktadır¹⁸¹. Benzer şekilde Maasticht Antlaşması’nın 82. ve Lizbon Antlaşması’nın 102. maddeleri de pazarda hakim durumda bulunan bir işletmenin bu gücünü kötüye kullanmasının hukuka aykırı olduğunu belirtmekte ve bu durumun hangi koşullarda ortaya çıkacağını açıklamaktadır.

80’li yıllardan sonra şirket birleşmelerinin sayısındaki artış, AB’yi şirket birleşmelerine karşı önlem almaya yöneltmiş ve 1989 yılında 4064/89 sayılı “*Birleşmelerin Denetlenmesi Tüzüğü*” çıkarılmıştır. Bu tüzük 1997 yılında 1310/97 sayılı ve 2004 yılında 139/2004¹⁸² sayılı Konsey tüzükleri ile değiştirilmiştir. Bu tüzüğün uygulanması için Adalet Divanı tarafından denetlenen Komisyon’a özel yetki verilmekte ve Topluluk boyutu olan birleşmelerde üye devletlerin kendi ulusal yasalarını uygulamalarına izin verilmemektedir. Denetleme belirli büyüklüklere giren birleşmeleri kapsamaktadır. Bu tüzük kapsamına girmeyen birleşmeler üye devletlerin yetki alanı içinde alınmaktadır.

AB’yi kuran antlaşmanın 87 ve 88. maddeleri ve Lizbon Antlaşması’nın bu maddelere tekabül eden 107 ve 108. maddeleri devlet yardımlarını ele almakta ve ortak pazarla bağdaşan devlet yardımları ile bağdaştığı düşünülen devlet yardımları belirtilmektedir.

¹⁷⁹ Civitas, EU Facts, “Competition Policy”, <http://www.civitas.org.uk/eufacts/FSECON/EC11.htm> . (19.12.2010).

¹⁸⁰ The Maasticht Treaty, Provisions Amending the Treaty Establishing the European Economic Community With a View to Establishing the European Community, Maasticht, 7 February 1992.ss.1-59, <http://www.eurotreaties.com/maastrichtec.pdf> . (19.12.2010).

¹⁸¹ European Commission, “Rekabet: Changes after the Entry into force of the Treaty of Lisbon December 2009”, <http://ec.europa.eu/competition/information/treaty.html> . (19.12.2010).

¹⁸² Official Journal of the European Union, “Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the Control of Concentrations Between Undertakings /the EC Merger Regulation).

Turizm işletmelerinin ve özellikle kırsal alanlarda yer alan tarımsal turizm işletmelerinin küçük ölçekli olduğu düşünüldüğünde, turizm işletmelerine AB Rekabet Politikası'nın iki şekilde hizmet ettiği düşünülmektedir. Birincisi, şirket birleşmeleri, rekabeti sınırlayıcı antlaşmalar, hakim durumun kötüye kullanılması gibi rekabet bozucu eylemlere karşı onları korumasıdır. İkincisi ise, kendi aralarında etkinliklerini ve pazarlık güçlerini artıracak, sürdürülebilir işbirliği şekillerinin geliştirilmesi için bir çerçeve oluşturmaktır. Küçük ölçekli tarımsal turizm işletmelerine rekabet kurallarının uygulanması garantisini vererek tarımsal turizm pazarına katılmalarında eşit fırsat vererek işletmelerinin faaliyet alanını ulusal sınırların ötesine genişletmelerini sağlamaktadır.

2.2.3.5. İşletme Politikası

AB turizm sektörü KOBİ ağırlıklı bir sektördür. Turizm KOBİ'leri ekonomik ve sosyal bütünleşmeye katkıda bulundukları gibi, kırsal alanların, dağlık bölgelerin ve ekonomik açıdan az gelişmiş bölgelerin kalkınmasına da katkıda bulunmaktadır. “Turizm KOBİ'leri AB’de 1,8 milyon işletmesiyle toplam işgücünün %5,2’sini istihdam etmekte (önemli bir kısmı gençlerden oluşan 9,7 milyon iş) ve GSYİH’nın %5’ini sağlamaktadır. Bu oranlarla AB’nin ticaret ve dağıtım ile inşaat sektörlerinden sonra üçüncü en büyük sektörünü oluşturmaktadır. Bağlantılı diğer sektörlerle birlikte düşünüldüğünde, GSYİH’nın % 10’unu sağlamaktadır”¹⁸³.

AB işletme politikası Lizbon stratejisi bağlamında ele alınmaktadır. Mart 2000’de devlet ve hükümet başkanları Lizbon’da AB’yi daha fazla ve daha iyi istihdam ve sosyal uyum sağlayan, sürdürülebilir ekonomik büyüme yeteneğine sahip, dünyanın en rekabetçi ve dinamik, bilgiye dayalı ekonomisi yapma kararı aldılar¹⁸⁴. Bu karar çerçevesinde Avrupa’da girişimcilik ruhunu güçlendirmeye, mevcut işletmelerin büyümesi ile istihdam olanaklarını geliştirmeye ve yeni işletmelerin kurulmasını teşvik etmeye ve e-ticaret gibi yeni pazarlama eğilimlerinin

¹⁸³ European Commission (A New Political Framework), s.3.

¹⁸⁴ European Parliament, “Lisbon European Council 23 and 24 March 2000 Presidency Conclusions”, http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm . (26.12.2010)

geliştirilmesine çalışılmaktadır. Lizbon gündeminde gerçekleştirilecek başlıca konular şu şekilde belirlenmiştir¹⁸⁵:

- GSYİH'nın %3'ü oranında Ar-Ge yatırımının yapılması,
- Girişimciliği teşvik etmek amacıyla bürokrasiyi azaltmak,
- Ortalama %61 olan istihdam oranını %70'e yükseltmek (kadınlarda %51 olan oranın %60'a çıkarılması).

Ancak küresel krizlerin de etkisiyle bu hedeflere ulaşılamaması, ABD ve Japonya gibi güçlü rakiplerin gerisinde kalınması, Lizbon stratejisinin yeniden değerlendirilmesi gereğini ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda, 2 Şubat 2005'te Komisyon büyüme ve iş olanaklarının artırılması üzerine yoğunlaşan Lizbon stratejisi için yeni bir başlangıç önerisi getirmiştir.

Bu yeni strateji Avrupa'da bilginin ve innovasyonun desteklenmesi, bilgi ağlarına yatırım yapılması, işletme politikası alanında çabaların yoğunlaştırılarak endüstride ve hizmetlerde rekabet gücünün artırılması, devlet yardımlarının geliştirilmesi, bürokrasiyi azaltarak iç pazarın tamamlanmasını öngörmektedir. Ayrıca, 2010 yılına kadar olan dönemde ulaştırma, işgücü ve eğitim alanlarında serbest dolaşım engellerinin kaldırılması ve ekonomik göçlere ortak bir yaklaşımın geliştirilmesi de amaçlanmıştır¹⁸⁶.

AB'nde yaklaşık işletmelerin %99'unu oluşturan KOBİ'ler, Lizbon hedefleri doğrultusunda işsizlik sorunlarını daha belirgin yaşayan kırsal alanlarda istihdamın artırılması ve bölge ekonomisinin canlandırılmasında önemli bir görev yüklenmektedirler. Kırsal alanlarda tarım işletmelerinin asıl işlevlerinin yanı sıra turizm işlevini de üstlenmesi yeni iş olanakları yaratarak istihdamın geliştirilmesine ve çiftliklerin daha karlı ve rekabet gücü daha yüksek işletmelere dönüştürülmesine katkı sağlamaktadır.

¹⁸⁵ EurActiv, "Lisbon Agenda", <http://www.euractiv.com/en/future-eu/lisbon-agenda/article-117510> (26.12.2010)

¹⁸⁶ Geniş bilgi için bkz. "Communication to the Spring European Council Working Together for Growth and Jobs: A new Start for the Lisbon Strategy", Brussels COM (2005) 24 final 2.2.2005.

Avrupa Komisyonu, üye devletler ve sektör temsilcilerinin işbirliği ile AB turizm sektörünü ve onun rekabet gücünü artırmak amacıyla sürdürülebilir kalkınma ihtiyacını göz önünde bulundurarak bir dizi önlemin alınmasını öngörmektedir. Lizbon Antlaşması'nın 176.B maddesinde önemi vurgulanan turizm sektörünün geliştirilmesi için alınması düşünülen önlemler şunlardır¹⁸⁷:

- Bu sektördeki işletmelerin rekabet gücünü artırmak ve onların gelişmesine elverişli bir çevre yaratmak,
- Özellikle iyi uygulamaların değişimi yoluyla üye devletler arasındaki işbirliğini teşvik etmek,
- Sektörün diğer politikaları dikkate almasını sağlayarak turizmde bütünleştirilmiş bir yaklaşım geliştirmek.

2.2.3.6. Bölgesel Politika

AB bölgesel politikasının temel amacı bölgeler arasındaki farklılıkları ortadan kaldırmak, ekonomik, sosyal ve yapısal açıdan geri kalmış bölgelere kaynak aktararak bu bölgelerin güçlenmesini ve ekonomik ve sosyal uyumu¹⁸⁸ sağlamaktır. Bölgesel politikayı desteklemek ve geri kalmış bölgelerin refah düzeyini yükseltmek amacıyla gerekli finansman başlıca üç kaynaktan sağlanmaktadır. Bunlar;

- Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ABKF),
- Avrupa Sosyal Fonu (ASF),
- Uyum Fonu'dur.

ABKF en yoksul bölgelerdeki genel altyapı, yenilikler ve yatırımlara kaynak aktarmaktadır. Böylece bölgesel dengesizlikleri gidermeyi ve ekonomik ve sosyal uyumu sağlamayı amaçlamaktadır. ASF işgücünün istihdamı ve mesleki eğitime,

¹⁸⁷ Treaty of Lisbon, Official Journal of the European Union C 306, Volume 50, 17 December 2007, 2007/C 306/01, s.306/89.

¹⁸⁸ Ekonomik ve sosyal uyum hedefi ilk kez 1986 yılında Avrupa Tek Senedi'nin benimsenmesiyle ortaya çıkmıştır. Daha sonra Maastricht Antlaşması'nda(1992) 158 ve 162. maddelerde yer alarak anayasal bir nitelik kazanmıştır.

uyum fonu da çevre, ulaştırma ve enerji ile ilgili alt yapı projelerine kaynak aktarmaktadır. “2007-2013 dönemi için bölgelerin refah düzeyinin artırılmasına harcanacak miktar bütçenin %36’sını oluşturmakta, bu da 350 milyar Avro’ya denk düşmektedir”¹⁸⁹.

AB yapısal fonlarının başlıca 3 hedefi bulunmaktadır¹⁹⁰:

- *Hedef 1.* Temel amacı, geri kalmış olan bölgelerin gelişmesini sağlamaktır. GSYİH’sı Avrupa Birliği ortalamasının %75’inden daha az olan bölgeler bu kapsama girmektedir. Yapısal Fonların üçte-ikisi bu hedef üzerine yoğunlaşmakta ve AB nüfusunun hemen hemen % 20’si bu hedefe ulaşmak için alınan önlemlerden etkilenmektedir. İrlanda, Yunanistan, Portekiz, Güney ve Batı İspanya, Güney İtalya ve eski Doğu Almanya ve yeni üye olan Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinin birçok bölgesi bu hedef kapsamında fonlardan yararlanmaktadırlar.
- *Hedef 2.* Temel amacı, Hedef 1’e uygun olmayan yapısal güçlük içinde bulunan bölgelerin (sanayi alanları, kırsal alanlar, şehir alanları, ve balıkçılık sanayine bağımlı alanlar) ekonomik ve sosyal uyumuna katkı sağlamaktır. İşsizlik oranları AB ortalamasını aşan ve endüstriyel dönüşüm geçiren bölgeleri içermektedir. Özellikle ekonomik çeşitlendirmeye ihtiyaç gösteren bölgeler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Hedef 2 alanındaki ekonomik problemler Hedef 1 alanlarına göre daha az ciddi olduğundan bu programlar daha az fon vermektedir. Hedef 2 şimdi 1994-99 programlarında 5b olarak belirlenen kırsal alanları içermektedir.
- *Hedef 3.* Hedef 1’e uygun olan bölgelerin dışındaki insan kaynağının geliştirilmesi için tüm önlemleri almak üzerine odaklanmıştır. Uzun

¹⁸⁹ Activities of the European Union, “Regional Policy”, http://europa.eu/pol/reg/index_en.htm . (27.12.2010).

¹⁹⁰ Geniş bilgi için bkz. General provisions on the Structural Funds, http://europa.eu/legislation_summaries/regional_policy/provisions_and_instruments/l60014_en.htm (31.07.2011). Ayrıca yapısal fonların daha önceki 7 hedefli hali için bkz. Structural Funds, <http://www.ncte.ie/envirom/struct.htm>, (27.12.2010). The Center for Rural Pennsylvania, “Rural Development in the European Union, Lessons for Pennsylvania”, May 2005, ss.9-10. <http://www.rural.palegislature.us/news0505.html> (23.01.2010).

dönem işsizlik ile ilgilidir. Hedefi, eğitim ve öğrenim politikasını ve sistemleri modernize etmek ve istihdamı geliştirmektir.

Turizm altyapısının geliştirilmesi, kültürel ve tarihi mirasın korunmasına ilişkin projeler Hedef 1 kapsamında, kırsal ve tarımsal turizmin teşvik edilmesi ve kırsal alanlarda faaliyet gösteren turizm KOBİ'lerinin desteklenmesine ilişkin projeler, Hedef 2 kapsamında ve turizmde çalışan işgücünün becerilerinin geliştirilmesi ve istihdamın artırılmasına ilişkin projeler ise Hedef 3 kapsamında desteklenmektedir.

AB, 2006 yılında, 2007-2013 dönemini içeren bölgesel politika ile ilgili bir yönetmelik yayımlamıştır. Bu yönetmeliğin amacı, bölgelerin dengeli ve sürdürülebilir kalkınmasını sağlamak ve ekonomik ve sosyal uyumu gerçekleştirmektir¹⁹¹. Ekonomik ve sosyal uyum üzerine yayımlanan beşinci ilerleme raporunda da Avrupa bölgelerinin rekabet gücünün analizi yapılmakta ve bölgesel düzeyde ekonomik büyüme ve rekabeti etkileyen faktörlerin altı çizilmektedir¹⁹². AB, 2013 yılından sonra da yenilenmiş Lizbon stratejisinde belirlenen turizmin de dahil olduğu sektörlere kaynak aktararak rekabet gücünü artırmak, yoksulluğu azaltmak amacıyla işgücünü geliştiren politikalara destek vermek ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek suretiyle bölgeler arasındaki eşitsizliği ortadan kaldırmaya devam edecektir.

2.2.3.7. Kırsal Kalkınma Politikası

Kırsal alanlar AB'nin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Ancak AB'nde ortak bir kırsal alan tanımı bulunmamaktadır. Her üye ülke, kırsal alanlarla ilgili olarak kendi tanımını geliştirmektedir. Nüfus yoğunluğu, nüfusun azalması, tarımsal faaliyet en çok kullanılan ölçütlerdir. Örneğin Eurostat, nüfus yoğunluğu ve

¹⁹¹ Official Journal of the European Union, "Council Regulation (EC) No 1083/2006 of 11 July 2006, Laying Down General Provisions on the European Regional Development Fund, the European Social Fund and the Cohesion Fund and Repealing Regulation (EC) No 1260/1999.

¹⁹² Commission of the European Communities, "Communication From the Commission to the European Parliament and the Council, Fifth Progress Report on Economic and Social Cohesion", Brussels, COM (2008) 371 final 19.6.2008.

kentleşme derecesine göre bir sınıflandırma yapmaktadır. Buna göre; kırsal alanlar yoğunlukla kırsal, önemli ölçüde kırsal (ara bölge) ve yoğunlukla kentleşmiş alanlar olarak sınıflandırılmaktadır. Bu tanıma göre nüfus yoğunluğu km² başına 150 kişiden az olan yerler kırsal alan olarak kabul edilmektedir. Kırsal alanların tipolojisiyle ilgili bir diğer çalışmada, üç unsura bağlı olarak kırsallığın tanımının yapılması önerilmektedir¹⁹³:

- *Kendi içsel gücü nedeniyle kırsallığı korunan alanlar*: Güçlü tarımsal faaliyetleri olan, gıda endüstrisi ile yatay bütünleşen ya da yerel ekonominin farklı sektörlerle çeşitlendiği alanlar,
- *Kentle olan sinerjistik ilişkisi nedeniyle kırsallığını koruyan alanlar*: Metropolitan alanlara yakın ekonomik faaliyeti olan, kent pazarlarıyla bağları olan ya da kente hizmet sunan alanlar,
- *Marjinal kırsal alanlar*: Kentleşmenin tarımsal yapıyı tahrip ettiği, kente olan uzaklık nedeniyle göçün yaşandığı ya da geleneksel faaliyetleri az olan alanlar.

AB'nin Kırsal Kalkınma Politikası, insanların çevresel ve sosyal olarak sürdürülebilir şekilde daha iyi bir yaşam standardı sağlamayı amaçlayan Lizbon Stratejisi doğrultusunda şekillenmiştir. Lizbon stratejisi, daha yüksek ekonomik büyüme, daha fazla iş olanaklarının yaratılması ve dünya pazarlarıyla daha iyi rekabet edebilme koşullarının yaratılmasını öngörmektedir. Lizbon stratejisi doğrultusunda AB'nin (2007-2013) Kırsal Kalkınma Politikası üç konu üzerine yoğunlaşmaktadır. Bunlar¹⁹⁴,

- Tarım ve ormancılık sektörlerinin rekabet gücünün geliştirilmesi,

¹⁹³ Study Programme on European Spatial Planning of the European Commission, "A Typology of Rural Areas in Europe: Indicators on Strength and Weakness of Rural Territories and Selection of Areas (NUTS III), **Strategic Study: Towards A New Urban Rural Partnership in Europe**, Milan 1999. <http://www.nordregio.se/filer/spespn/Files/2.3.ruralareas.pdf> s.10. (27.12.2010).

¹⁹⁴ Official Journal of European Union, Council Regulation (EC) No 1698/2005 of 20 September 2005 on Support for Rural Development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD), 21.10.2005, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:277:0001:0040:EN:PDF> (28.12.2010).

- Çevre ve kırsal bölgenin geliştirilmesi,
- Kırsal ekonominin çeşitlendirilmesini teşvik ederek kırsal alanlarda yaşam kalitesinin artırılması.

2007 yılından önce her üye devlet kırsal kalkınma programını kendisi oluştururken, 2007-2013 döneminde bu durum değişmiştir. Kırsal kalkınma politikasının AB çapında bir bütün olarak ele alınmasının önemi vurgulanmaktadır. Bu da ancak “*AB Strateji Rehberi*”ne dayalı olarak hazırlanan “*Ulusal Strateji Planları*”nın uygulanmasıyla sağlanmaktadır. Böylece, “AB düzeyinde en fazla değer katan kırsal alanların AB desteğini alması, Lizbon ve Göteborg gündeminde oluşturulan AB öncelikleriyle bağlantının kurulması, özellikle çevre ve ekonomik uyum gibi diğer AB politikalarıyla tutarlılığın sağlanması ve yeni OTP’nın uygulanmasına yardım etmesi mümkün olabileceği belirtilmektedir”¹⁹⁵.

2.2.3.8. Çevre Politikası

Turizmin çevre üzerinde etkileri olduğu gibi, çevrenin de turizmin başarısı üzerinde etkileri bulunmaktadır. Turistler hem tatilin yapıldığı çevrede hem de konaklama işletmelerinde kaliteyi aramaktadırlar. Su, enerji, atıklar ve temizlik malzemeleri gibi unsurların günlük tüketim miktarlarının azaltılması, daha iyi yönetim ve turistlerin bu konuda bilgilendirilmeleri ile turizmin çevre üzerindeki etkileri en aza indirilebilir. Bu önlemler maliyet tasarrufu sağladığı gibi, işletmelerin rekabet gücünü geliştirir, bölgenin ekonomik canlılığını ve sürdürülebilir kalkınmasını sağlar.

AB(27)’nde 2010 yılında yapılan bir araştırma, Avrupalı turistlerin tatil yerini seçerken en fazla önem verdikleri faktörün tatil yerinin çevresi olduğunu, kültürel miras ve eğlence gibi faktörlerin tatil yerinin seçiminde çevreden daha az önemli olduğunu ortaya koymuştur (Tablo 14).

¹⁹⁵ European Commission, “Rural Development Policy (2007-2013)”, http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm . (28.12.2010).

Tablo 14: Turistlerin Tatil Yerini Seçme Nedenleri

AB vatandaşlarının tatil yerinin seçimini etkileyen faktörler	AB (27) %
Çevre	32
Kültürel miras	25
Eğlence	16

Kaynak: European Commission, Commission Staff Working Document, “2009 Environment Policy Review”, Part 2, Brussels, SEC (2010) 975 final, 2.8.2010.

1992-2000 yıllarını içeren beşinci Avrupa Çevre Eylem Programı sürdürülebilir kalkınma için alınması gereken önlemleri ve çevreye ilişkin yeni stratejiyi ele alarak, hedef sektörler arasında ulaştırma ve tarımın yanı sıra, turizme yer vermektedir. Turizmin hızla gelişme gösterdiği, dağlık ve kıyı bölgelerin bozulmasına yol açtığı belirtilmekte ve turizm hizmetlerinin kalitesinin artırılması, kitle turizminin daha iyi yönetimi, alternatif turizm şekillerinin geliştirilmesi ve turistleri bilgilendirme ve bilinçlendirme kampanyalarının geliştirilmesine ilişkin önlemlerin alınması önerilmektedir. Finansal destek mekanizmaları olarak LIFE Programı, yapısal fonlar, uyum fonu ve Avrupa Yatırım Bankası (AYB) kredileri gösterilmektedir.

2002-2012 yılları arasındaki dönemi içeren altıncı çevre eylem programı ise iklim değişikliği, doğa ve biyoçeşitlilik, çevre ve sağlık, doğal kaynaklar ve atıkların sürdürülebilir yönetimi olmak üzere öncelikli dört eylem alanı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu alanlarda gelişme sağlamak için alınacak önlemler şunlardır¹⁹⁶:

- Çevreye ilişkin yasaların yürürlüğe konulmasını sağlamak,
- Çevreyle ilgili diğer politikaları bütünleştirmek,

¹⁹⁶ Commission of the European Communities, “Communication From the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the six Environment Action Programme of the European Community Environment 2010: Our Future, Our Choice”, The Sixth Environment Action Programme, Proposal for a Decision of the European Parliament and of the Council, Laying Down the Community Environment Action Programme 2001-2010, Brussels COM (2001) 31 FINAL 24.01.2001.

- Çözüm üretmek için çeşitli iş alanlarıyla işbirliğini geliştirmek,
- Vatandaşlara çevre konusunda daha fazla bilgi sağlamak,
- Toprak kullanımı üzerine çevresel bilinci geliştirmek.

2.2.3.9. Göç Politikası

Üye ülkeler uluslararası göçten olumsuz yönde etkilenmektedir. Bu nedenle AB’nde ortak bir göç politikasının benimsenmesi yönünde çalışmalar yapılmaktadır. Ortak göç politikasının temel amacı, AB’nin ekonomik ve demografik durumunu dikkate alan, üye ülkeler arasında eşgüdüme dayalı bir yaklaşımla göçmen akışlarını daha iyi yönetebilmektir. Turizmin de göç üzerinde bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Turistlerin gittikleri ülkeye yerleşme eğiliminin olması, turizmin göçü kolaylaştırıcı özelliğine dikkatleri çekmektedir. Ayrıca, 1960’lı yıllardan sonra başlayan ve 1980’lerden sonra yoğunlaşan varlıklı emeklilerin önce turizm amaçlı sonra yılın belli bir döneminde konaklamalı seyahatleri önemli bir göç hareketini oluşturmaktadır. “Birçok sağlıklı ve ekonomik güvenliği olan Avrupalı emekli, sürekli ikamet etmek yerine yılın belirli bir döneminde kaldıkları yerlere gitmeyi tercih etmektedir”¹⁹⁷. Özellikle Kuzey Avrupa ülkelerinde yaşayan emeklilerin daha sıcak bir iklimin bulunduğu Güney Avrupa ülkelerine göç ettikleri görülmektedir.

AB’nin ortak göç politikası ilk kez Maastricht Antlaşması’nda yer bularak kurumsal bir çerçeveye kavuşmuştur. Öte yandan Maastricht Antlaşması “Avrupa vatandaşlığı” kavramını getirerek, AB üyesi bir devletin vatandaşlığına sahip herkesin aynı zamanda Birlik vatandaşı olduğunu da belirtmektedir. Bu da AB üyesi herhangi bir devletin vatandaşı olan herkesin 27 üye devletin her birinde serbest dolaşma ve ikamet etme hakkına sahip olduğu anlamına gelmektedir.

¹⁹⁷ Marinel Mandres, “Out of the Labour Market: Intra-EU Return and Retirement Migration”, http://europeanintegration.org/wp-content/uploads/papers/mandres_paper.pdf . (20.01.2011), s.4.

AB göç politikası dört bölümde ele alınmaktadır¹⁹⁸:

- *Serbest dolaşım*: AB vatandaşlarına ve ailelerine bir iş sahibi olmak koşuluyla altı aydan daha uzun süre kalmaları durumunda herhangi bir AB üyesi ülkede ikamet etme hakkını vermektedir.
- *Göçmen ve iltica politikası*: Her üye ülkenin kendi iç sorunu olarak düşünülmeyle birlikte, bazı konular AB düzeyinde ele alınmaktadır. Schengen Antlaşması ile bir çok ülke arasında sınır kontrollerinin kaldırılması gibi.
- *AB vatandaşlığı*: Vatandaşlık sadece serbest dolaşım hakkını değil, aynı zamanda Avrupa seçimlerinde oy kullanma ve aday olma haklarını da vermektedir.
- *Ayrımcılık karşıtı yasalar*: Amsterdam Antlaşması AB’de yaşayan fakat farklı bir ülkeden gelen vatandaşlara karşı ayrımcılık yapılmaması konusunda hükümler içermektedir.

AB ülkelerinde işsizlik oranları, vatandaşlığa kabul edilme şekilleri farklılık göstermekle birlikte ortak bir göç politikasının geliştirilmesi konusunda önemli adımlar da atılmıştır. Komisyon 2005 yılında ekonomik amaçlarla göç edenler için ortak kuralların belirlendiği yeşil kitabı yayımlamıştır. Aynı yıl AB’nin yasal göç politikasının gelişimini izlemek amacıyla Komisyonun almak durumunda olduğu eylem ve yasal girişimlerin belirlendiği “Yasal Göç Politikası Planı” benimsenmiştir¹⁹⁹. 2008 yılında da üçüncü ülke vatandaşlarının yasadışı göçleriyle ilgili olarak üye ülkelerde ortak standartları ve prosedürleri belirleyen bir yönerge benimsenmiştir²⁰⁰.

¹⁹⁸ Trias, “Migration Policy (EU), [http://wiki.triastelematica.org/index.php/Migration_Policy_\(EU\)](http://wiki.triastelematica.org/index.php/Migration_Policy_(EU)) . (20.01.2011).

¹⁹⁹ Geniş bilgi için bkz. Commission of the European Communities, “Communication From the Commission Policy Plan on Legal Migration SEC (2005) 1680, Brussels COM (2005) 669 final.

²⁰⁰ Official Journal of the European Union, “Directive 2008/115/EC of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on Common Standards and Procedures in Member States for Returning Illegally Staying Third Country Nationals”, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:348:0098:0107:EN:PDF> . (20.01.2011).

2.2.3.10. Ulaştırma Politikası

Ulaştırma politikası yatırımların büyüklüğü ve ekonomik büyümedeki rolü nedeniyle AB'nin oluşturulan ilk ortak politikalarından biridir. AB ulaştırma sektörü GSYİH'nin %10'unu oluşturmakta ve on milyondan fazla iş olanağı yaratmaktadır²⁰¹. Özellikle 90'lı yıllardan sonra ulaştırma sektöründeki en önemli sorun trafik yoğunluğudur. 2004 yılında AB'ye katılan yeni üyelerle ulaştırmaya olan talep de artış göstermiştir. Ulaştırmaya olan talebin büyümesindeki önemli faktörlerden birisi, yolcu taşımacılığı ve arabayla seyahat etmeye olan taleptir. 2008 yılı verilerine göre 27 üyeli AB içinde yolcu taşımacılığının %83,3'ü arabayla, %9,4'ü otobüsle ve trenle, %7,3'ü metroyla gerçekleştirilmektedir. Araba sayısı her yıl üç milyon artarak son 30 yıl içinde üç katına çıkmıştır²⁰².

Ulaştırma ve turizm sektörü birbiriyle yakından ilgili iki sektördür. Turizm geliştikçe, yolcu taşımacılığına olan talep de artış göstermektedir. “1995-2007 yılları arasında yolcu taşımacılığı ortalama olarak yılda % 1.7 oranında büyümüştür. Ancak GSYİH'daki artıştan daha düşüktür (%2,5)”²⁰³. 2000-2008 yılları arasında yolcu taşımacılığının hacmi Litvanya, Latvia, Polonya, Portekiz ve Yunanistan hariç, diğer AB üyelerinde GSYİH'dan daha yavaş büyümüştür. Özellikle 2009 yılında krizin etkisiyle havayolu yolcu taşımacılığı Avrupa'da %6 oranında düşüş göstermiştir. Avrupa Tek Pazarının oluşturulması da ulaştırma politikasının gelişiminde önemli bir rol oynamıştır. Havayolu taşımacılığı tek pazarı turistlere daha çok turizm merkezi arasında seçim yapma şansı, daha düşük ücretlerle yolcu taşımacılığının yapılması ve turizmin gelişmesine katkı sağlamıştır.

AB çeşitli ulaştırma türleri arasında bir denge kurarak ulaştırma sistemini geliştirmek amacıyla altmışdan fazla önlem almıştır. “2001'de Göteborg'da Avrupa

²⁰¹ Europa, “Activities of the European Union, Transport, 2011. http://europa.eu/pol/trans/index_en.htm . (20.01.2011).

²⁰² European Commission, Eurostat, “Passengers Transport Statistics”, September 2010, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Passenger_transport_statistics (20.01.2011).

²⁰³ European Commission, Directorate General for Energy and Transport, “A Sustainable Future for Transport: Towards An Integrated Technology-led and User-Friendly System” http://ec.europa.eu/transport/publications/doc/2009_future_of_transport_en.pdf . (29.01.2011), s.14.

Konseyi tarafından kabul edilen sürdürülebilir kalkınma stratejisi doğrultusunda yayımladığı beyaz kitapta Komisyon, demiryollarını canlandırıcı, deniz ve iç su yollarıyla taşımacılığı geliştiren, havayolu taşımacılığındaki büyümeyi kontrol eden 2010 yılına kadar olan dönemde Avrupa ulaştırma sistemini geliştirmeyi amaçlayan 60 önlem önermektedir. Turizmi de etkileyen başlıca önlemler şunlardır”²⁰⁴:

- Demiryollarının canlandırılması,
- Karayolu taşımacılığı sektöründe kalitenin iyileştirilmesi,
- Deniz ve iç su yollarıyla ulaştırmanın geliştirilmesi,
- Havayolu taşımacılığındaki büyüme ve çevre arasında dengenin sağlanması,
- Trans Avrupa ulaştırma ağının kurulması,
- Yol güvenliğinin geliştirilmesi,
- Ulaştırmada etkin bir ücretlendirme politikasının belirlenmesi,
- Yolcuların haklarını tanıma,
- Temiz ve etkin bir ulaştırma için teknoloji ve araştırmadan yararlanmak,
- Küreselleşmenin etkilerini yönetme,

2001 yılında yayımlanan ve 2010 yılına kadar olan dönem için önlemler geliştiren beyaz kitapta ulaştırma hizmetlerinin sürdürülebilirliğine de özel bir önem verilmektedir. Göteborg Avrupa Konseyinde belirlenen sürdürülebilir kalkınma stratejisinin kalbi olarak, ulaştırma türleri arasında bir dengenin sağlanması belirtilmektedir. “Ulaştırma hizmetlerinin sürdürülebilirliği açısından çevre ve hava kirliliğinin önlenmesi de önemli bir politika alanı olarak görülmektedir. Sektörün geleceği ile ilgili irdelemelerde enerji kullanımının ve sera gazı salınımlarının azaltılmasının önemi vurgulanmaktadır”²⁰⁵

²⁰⁴ Commission of the European Communities, “White Paper: European Transport Policy for 2010:Time to Decide”, Brussels (2001) 370 final, 12.09.2001, s.12.

²⁰⁵ Commission of the European Community, “Communication From the Commission, A Sustainable Future for Transport: Towards an Integrated, Technology-led and User-Friendly System”, Brussels, COM (2009) 279 final 17.06.2009. ss.1-19.

2.2.3.11. Sosyal Politika ve İstihdam

1989 Topluluk Çalışanlarının Temel Sosyal Hakları Şartı'nda çalışanların sosyal hakları, işgücünün hareketliliği, istihdamın artırılması, yaşam ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi, sosyal koruma, örgütlenme ve toplu pazarlık özgürlüğü, mesleki eğitim, kadınlar ve erkekler arasında eşit muamele, işgücünü bilgilendirme ve katılımının sağlanması, işyerinde sağlık ve güvenliğin geliştirilmesi, çocukların ve gençlerin korunması olarak belirlenmiştir²⁰⁶. Turizm sektörü çalışanları da diğer sektörlerde çalışanlar gibi aynı haklara sahiptir.

AB'nin temel politika alanlarından biri olan sosyal politika ile ilgili sağlık ve iş güvenliği, kamu sağlığı, sosyal dışlanma, sosyal diyalog, engelli olma v.b. konularda AB hukukuna tüm üye devletler uymak zorunda olmalarına rağmen, işsizlik ve yoksulluk gibi alanlarda hala bölgesel eşitsizlikler bulunmaktadır. Üye devletler arasında sosyal güvenlik sistemleri de farklılık göstermektedir.

2008 yılında yayınlanan ekonomik istikrar ve istihdamla ilgili Lizbon Stratejisinin sonuçlarına dayalı *yenilenmiş sosyal gündemde* 2008-2010 dönemi için AB sosyal politikasının öncelikleri belirlenmiştir²⁰⁷. İşletmelerin ihtiyaçlarına uygun kaliteli eğitim sistemleriyle çocukların ve gençlerin topluma kazandırılması, Lizbon stratejisi ve Avrupa sürdürülebilir kalkınma stratejisine uygun olarak yaşamboyu eğitim ve öğrenimle çalışanların becerilerinin geliştirilmesi, daha fazla ve daha iyi iş olanaklarının yaratılması, işsiz, yaşlı ve kadınlar gibi dezavantajlı kesimlerin işgücüne kazandırılması ile ilgili stratejiyi de sosyal politika ile bütünleştirmektedir. Ayrıca AB, uluslararası düzeyde çalışanların, tüketicilerin ve çevrenin korunmasını sağlayan standartların benimsenmesinde de önemli rol oynamaktadır. Komisyon Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nün sözleşmelerinin uygulanması için de üye devletleri teşvik etmektedir. "Komisyon 2006-2010 dönemi için yeni bir sosyal

²⁰⁶European Parliament, "Working Paper: Fundamental Social Rights in Europe", Social Affairs Series, Soci 104, EN, http://www.europarl.europa.eu/workingpapers/soci/pdf/104_en.pdf . s.11. (11.02.2011).

²⁰⁷Commission of the European Communities, Communication From the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and The Committee of the Regions, "Renewed Social Agenda Opportunities, Access and Solidarity in 21st Century Europe", Brussels COM (2008) 412 final, 2.7.2008.

politika gündemi daha önermiştir. Bu yeni gündemin temel hedefi, küresel ekonomide herkese iş ve fırsat sağlayan sosyal bir Avrupa'dır"²⁰⁸.

Turizm sektörü çalışma koşulları açısından düzensiz çalışma saatleri, turizm sezonunun kısa sürmesi nedeniyle mevsimlik çalışma, zayıf iş istikrarı, görece düşük ücret gibi özellikler taşımakta ve sektörde işgücü devrinin yüksek olmasına neden olmaktadır. Otel, restoran ve catering sektörünün örgütü olan (HORECA)'ya göre, "sektörde çalışanlar fiziksel çalışma gerektiren uzun ve düzensiz saatlerde çalışmakta, uzun süre ayakta kalmaktan kaynaklanan sağlık riskleri, yüksek gürültü düzeylerine maruz kalma, çok sıcak ve soğuk ortamlarda çalışma, kesikler, yanıklar, tehlikeli maddeler ile temas v.b. risklerle karşı karşıya kalmaktadırlar"²⁰⁹.

HORECA'ya bağlı otel ve restoran sektöründe sosyal diyalogun zayıf olmasının temel nedeni turizm sektörünün kendine özgü yapısıdır. Sektördeki işletmelerin küçük ölçekli olması, çoğunlukla aile şirketi niteliği taşıması, çalışanların yaklaşık yarısının 35 yaşın altındaki gençler olması, sektörün deneyimsiz kişilerin istihdam edilebileceği bir yer olarak düşünülmesi, eğitim düzeyinin ve kalifiye işgücünün oranının düşük olması bu konuda önemli rol oynamaktadır. "Sosyal diyalog ekonomik ve sosyal politika ile ilgili ortak çıkar sorunlarına ilişkin iki ya da üç yanlı her türlü pazarlık, danışma ya da bilgi değişimi biçimleri olarak anlaşılmalıdır"²¹⁰. "HORECA bünyesinde kurulan Sosyal Diyalog Komitesinde sosyal ortaklar Avrupa otel ve restoranlarında istihdamın geliştirilmesine ilişkin ortak bir beyanati onaylamışlar, 2003 yılında konaklama sektöründe eğitim ve kalkınmada orta vadeli eğilimlerin tartışıldığı bir seminer düzenlemişler ve 2004 yılında sektörde özellikle KOBİ'lerin gelişme ve eğitim esasları üzerine ortak bir öneriyi benimsemişlerdir"²¹¹.

²⁰⁸Commission of The European Community, "Communication From The Commission on Social Agenda", Brussels COM(2005) 33 final 9.2. 2005.

²⁰⁹HORECA, "Protecting Workers in Hotels, Restaurants and Catering", Factsheet 79, <http://osha.europa.eu/en/sector/horeca/index.html> . (15.02.2011).

²¹⁰ Zeki Erdut, **Küreselleşme Bağlamında Uluslar arası Sosyal Politika ve Türkiye**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir 2002, s.165.

²¹¹ European Commission, Anticipedia, Social Dialog in the HORECA Sector (food servis industry), [https://ec.europa.eu/employment_social/anticipedia/xwiki/bin/view/Main/Social+Dialogue+in+the+HORECA+\(food+service+industry\)+sector](https://ec.europa.eu/employment_social/anticipedia/xwiki/bin/view/Main/Social+Dialogue+in+the+HORECA+(food+service+industry)+sector) . (15.02.2011).

2.2.3.12. Kültür Politikası

AB kültür politikasının amacı,  ye devletler arasında ulusal ve bölgesel kültürel zenginlikleri ve ortak mirası koruyarak bir Avrupa kimliği geliştirmek yönünde ortak bir kültür politikası oluşturma ktır. Kültür ile ilgili girişimler daha önce başlamakla birlikte, yukarıda söz edilen amaçlar ilk kez 1992 Maastricht Antlaşması'nda ele alınmaktadır. *“Maastricht Antlaşması'nın 128. maddesi Avrupa'nın kültürel mirasını korumak için  ye devletler arasında işbirliğini teşvik etmeyi amaçladığını belirtmektedir”*²¹². Kültürel bütünleşme, ekonomik ve siyasi bütünleşmenin ötesinde daha ileri bir bütünleşme olarak görülmektedir”²¹³.

AB'nin kültür alanındaki girişimleri, Avrupa kültürel mirasının korunması, Avrupa tarihi ve kültürünün yaygınlaştırılması, dil, edebiyat, sinema, tiyatro, görsel sanatlar, müzik, mimari eserler ve el sanatları alanlarında eğitim, araştırma ve kültürel faaliyetin geliştirilmesidir. “Bütün bu kültürel unsurlar belirli bir ülkeye ya da bölgeye ait olabilir. Ancak Avrupa'nın ortak kültürel mirasını temsil etmektedir. AB bu mirası korumak, bu çeşitliliği desteklemek ve diğerleri için erişilebilir hale getirmeyi amaçlamaktadır”²¹⁴.

AB ortak kültürel mirası korumak amacıyla 1996 yılında Kaleidoscope Programını, 1997 yılında Ariane ve Raphael programlarını ve 2000-2004 yılları arasında beş yıllık bir dönem için Topluluk  er eve Programlarını uygulamaya koymuştur. Ayrıca, 1985 yılında ilki Atina olan Avrupa kültür Başkenti uygulaması Avrupa kültürel mirasının tanıtılması ve kentlerin farklı kültürel zenginliklerinin ortaya çıkarılmasını amaçlamakta ve günümüze kadar devam etmektedir”²¹⁵. 2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti olarak İstanbul seçilmiştir.

²¹²The Maastricht Treaty, ss.1-59.

²¹³Heather Field, “EU Cultural Policy and The Creation of a Common Identity”, ss.1-11. <http://www.eusanz.org/pdf/conf98/Field.pdf>. (17.02.2011).

²¹⁴ Europa, “Activities of the European Union: Culture”, http://europa.eu/pol/cult/index_en.htm . (17.02.2011).

²¹⁵ European Parliament, “Fact Sheets 4.17.0. Cultural Policy”, http://www.europarl.europa.eu/factsheets/4_17_0_en.htm . (17.02.2011).

Kırsal ve tarımsal turizm de AB ortak kültürel mirasının korunması ve yaygınlaştırılmasına hizmet etmektedir. Bölgesel zenginliklerin korunarak gelecek kuşaklara aktarılması, kırsal alanlardaki tarım kültürünün, yöresel lezzetlerin, mal ve hizmetlerin, gelenek ve el sanatlarının tanıtılması, korunması ve farklı kültürel zenginliklerin açığa çıkartılması açısından önem taşımaktadır.

Komisyon 2010 yılında Avrupa Kültür Gündeminin Uygulanması konusunda bir rapor yayımlamıştır²¹⁶. Buna göre; kültür Avrupa projesinin kalbinde yatmaktadır ve AB “*çeşitlerin birliği*”ni oluşturmaktadır. Kültürel çeşitliliğe saygı göstermek ve paylaşılan değerler etrafında birleşebilmek barış, refah ve dayanışmayı ortaya çıkarmaktadır. “2007 yılında Avrupa kültür gündeminin benimsenmesi Avrupa düzeyinde kültür konusunda yeni bir işbirliğini başlatmıştır. İlk kez Konsey, üye devletler, Avrupa kuruluşları ve sivil toplumu, çabalarını aşağıdaki hedefler üzerine yoğunlaştırmaya davet etmiştir”²¹⁷.

- Kültürel çeşitliliğin ve kültürlerarası diyalogun geliştirilmesi,
- Yaratıcılığın katalizatörü olarak kültürün geliştirilmesi,
- AB’nin uluslararası ilişkilerinde hayati bir unsur olarak kültürün geliştirilmesi.

2.3. AVRUPA BİRLİĞİNDE TARIMSAL TURİZMİN ÖNEMİ VE KIRSAL KALKINMAYA ETKİLERİ

Kırsal turizmin bir alt bölümü olarak kabul edilen tarımsal turizm kavramının Avrupa’daki gelişimi 80’li yıllarda başlamaktadır. Tarımsal turizmin kırsal alanların gelişimi üzerindeki olumlu etkilerinin anlaşılmasıyla birlikte, birçok Avrupa ülkesinde önemli bir kalkınma stratejisi olarak görülmeye başlanmıştır. “80’li yıllarda İtalya, İngiltere ve Fransa gibi ülkelerde tarımsal turizmle ilgili konaklama yerlerinin sayısı 600’ü aşmaktadır. 90’lı yılların ortalarında 12 Avrupa ülkesinde

²¹⁶ European Commission, “Commission Report to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the Implementation of the European Agenda for Culture, COM/2010/0390 final, 19.07.2010(Culture), ss.1-12.

²¹⁷ European Commission (culture), ss.1-12.

(Belçika, Danimarka, Yunanistan, Hollanda, Portekiz, İspanya, İrlanda, İngiltere İtalya Avusturya, Fransa ve Almanya) 100 den fazla çiftlik farklı turizm faaliyetlerini gerçekleştirmektedir”²¹⁸.

Avrupa Birliği’nde yapılan araştırmalara göre, Avrupa’nın toplam alanlarının %86’sı kırsal alanlardan oluşmaktadır ve nüfusun yarısından fazlası kırsal alanda yaşamaktadır²¹⁹. Çiftliklerin sayısı azalmakla birlikte, hâlâ en önemli işletmeler arasında yer almaktadır. “27 üyeli AB’de tarım işletmelerinin yaklaşık yarısı (%48) küçük ölçeklidir ve çoğunluğu aile çiftliği görünümündedir”²²⁰. Çiftliklerde çalışan toplam işgücü sayısı 12,7 milyon kişidir (bkz. Tablo 15). Çoğunluk yarı zamanlı olarak çalışmaktadır. Eski üye devletler (15 Üye Devlet) ile yeni üyeler arasında da önemli yapısal farklılıklar bulunmaktadır. “Eski üye devletlerde tarımda çalışan nüfusun oranı %4 iken, yeni üye devletlerde bu oranın %13,4 olduğu bildirilmektedir”²²¹.

AB’nde tam zamanlı çalışan işgücü oranı %33 dür. Çiftliklerde tam zamanlı çalışan işgücü oranı Portekiz ve Polonya’da AB ortalamasında iken, Yunanistan, Litvanya, Macaristan ve Romanya’da AB ortalamasının altında kalmaktadır. Bu ülkelerde tam zamanlı çalışma oranlarının düşük olması, çiftliklerin ve üretimin yılın sadece belirli mevsimlerinde işgücüne artan talebi yansıtan yapısını göstermektedir.

²¹⁸ R. Gopal, Shilpa Varma ve Rashmi Gopinathan, “Rural Tourism Development: Constraints and Possibilities with a Special Reference to Agri Tourism, A Case Study on Agri Tourism Destinations”, **Conference on Tourism in India, Challenges Ahead**, 15-17 May 2008, IIMK, s. 515.

²¹⁹ Mirela Mazilu ve Anica Iancu, “Agrotourism-An Alternative For A Sustainable Rural Development”, **Geotour**, Kosice 5-7 October 2006.s.162.

²²⁰ Eurostat, “Farm Structure”, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Farm_structure#Farm_structure_evolution.2C_2003.2C_2005.2C_2007 . (01.03.2011).

²²¹ Agricultural-OSHA, <http://osha.europa.eu/en/sector/agriculture> (01.03.2011).

Tablo 15: AB’nde ve Seçilmiş Ülkelerde Çiftliklerde Çalışan İş gücü. (2007)

	Çiftlikte Çalışan Toplam İş Gücü (1000)	Düzenli Çalışan İş Gücü %	Tam zamanlı Çalışan İş Gücü %	Aile Çiftliği İş Gücü %
EU 27	12 714	92	33	81
Almanya	643	92	51	70
İrlanda	148	98	60	93
Yunanistan	601	85	21	82
İspanya	993	81	41	65
Fransa	855	89	66	49
İtalya	1374	90	37	82
Litvanya	180	98	14	85
Macaristan	403	97	25	77
Polonya	2263	97	34	95
Portekiz	398	93	33	83
Romanya	2596	93	3	91
İngiltere	339	94	55	69

Kaynak: EU Commission Eurostat, Farm Structure.

Roma Antlaşmasının 39. maddesi ortak tarım politikasının ilk amacını, “tarımın verimliliğini arttırmak ve böylece tarımda çalışanların kişisel gelirinin yükseltilmesiyle, tarımsal nüfusa dengeli bir yaşam düzeyi sağlamak”²²² olarak belirtmektedir. Oysa “AB ülkelerindeki temel sorun kırsal kesimde ve özellikle çiftliklerde çalışanların gelir düzeyinin düşük olmasıdır. Bu nedenle AB ülkelerinde çiftçilerin aynı anda iki işinin olması ve böylece iki kaynaktan gelir elde etmesi oldukça yaygındır”²²³. Çiftliklerde çalışanların gelir düzeyinin düşük olması bir yandan çiftlik sayılarını azaltırken bir yandan da yarı zamanlı çalışanların oranını artırmaktadır. Yarı zamanlı çalışma özellikle Yunanistan, İtalya, İspanya ve Portekiz gibi Güney Avrupa Ülkeleri’nde ve Romanya, Polonya, Macaristan ve Litvanya gibi

²²² Roma Antlaşması, çev. ve der. Haluk Günöğür, Barışcan Matbaacılık, Yayıncılık ve Reklamcılık, Ankara 1988, s. 33.

²²³ Leonardo da Vinci, Project Agreement n 2004 EL/04B/F/PP-148258, “Alternative Forms of Occupation and Continuous Educational Training in Agriculture”, Partner P7, Corporate and Development Center Rzeszow-Poland, s.3.

Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri'nde yaygındır. Tarımda istihdam edilen işgücünün yarısından fazlası yarı zamanlı olarak çalışmakta olduğu bildirilmektedir²²⁴.

Tarımsal turizmin önemi; ekonomik, çevresel ve sosyo-psikolojik açılardan ele alınarak açıklanabilir. Ekonomik açıdan tarım alanları korunarak tarımsal gelişme sağlanmakta, çiftçilere ve yerel yönetimlere ek gelir kaynakları yaratılmaktadır. Çevresel açıdan tarımsal ve kırsal alanların önemine dikkat çekilmekte ve doğal alanların korunması sağlanmaktadır. Sosyo-psikolojik açıdan ise, kırsal kesimin geleneksel yaşam tarzı, yöresel kültürlerin, geleneklerin korunması sağlanmakta ve kırsal ve tarımsal alanlara duyulan ilgi artırılmaktadır.

Tarımsal turizm hem kırsal hem de kentsel kesim açısından önem taşımaktadır. Kırsal kesim açısından ek gelir, istihdam, doğal kaynakların korunması anlamına gelirken, kentsel kesim açısından da düşük ücretli konaklama, dinlenme, tatil, eğitim ve kırsal alanlardan yararlanma gibi anlamlara gelmektedir.

Sanayileşmenin sonucu olarak ortaya çıkan nüfusun kentlerde yoğunlaşma oranı tüm dünyada artış göstermektedir. “Birleşmiş Milletler’in verilerine göre 2008 yılı itibariyle dünya nüfusunun 3,3 milyarı kentlerde yaşamaktadır. 2030 yılında 5 milyar insanın kentlerde yaşayacağı tahmin edilmektedir”²²⁵. Sanayileşme ve kentleşmenin neden olduğu tekdüze bir yaşam ve kentlerde yaşayan insanların çeşitli baskılara maruz kalması kırsal yaşama olan ilgiyi de artırmaktadır. Tarım ya da çiftlik yaşamı ile ilişkisi olmayan insanların kentlerden belirli bir süre için bile olsa kaçması, kırsal alanda tarımsal faaliyete katılarak dinlenmesi, tarımsal turizmin gelişmesini sağlayan en önemli faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Jolly ve Reynolds “ABD California’da yaptıkları araştırmada, araştırmaya katılanları %68,4’ ünün daha önce tarımsal turizme katıldıklarını ve %57,3’ünün ise tarımsal turizme ilgi duyduğunu saptamıştır”²²⁶.

²²⁴ Eurostat, “Farm Structure”.

²²⁵ UNFPA, Start of World Population 2007, unleashing the Potntial of Urban Growth, <http://www.unfpa.org/swp/2007/english/introduction.html> (27.03.2011).

²²⁶ Desmond A. Jolly ve Kristin A. Reynolds, “Consumer Demand for Agricultural and on-Farm Nature Tourism”, UC Small Farm Center Research Brief, <http://www.agri-toursolutions.com/pdf/agtourbrief013006.pdf> 2005, s.1. (25.06.2009).

Birçok turizm faaliyetinin doğa ve çevre üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır. Özellikle kitle turizmi büyük ölçekli tüketim eylemi ve atıkları nedeniyle yoğun yapılaşma, alt yapı sorunları, tarımsal alanların azalması, toprak erozyonu, su kaynaklarının kirlenmesi, görsel kirlilik gibi birçok olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. Batı toplumlarının artan ölçüde ciddi çevresel problemlerle karşılaşması, hangi turizm faaliyetlerinin doğal çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmadan, tarımsal alanların yoğun bulunduğu kırsal kesimin ekonomik kalkınmasında olumlu rol oynayacağı konusunu gündeme getirmiştir. Şüphesiz bu arayışın temelinde kitle turizminin çevre üzerindeki olumsuz etkiler yaratması kadar, çevreci grupların doğal kaynakların gelecek kuşaklara bozulmadan aktarılması konusunda halkı bilinçlendirmesi de yatmaktadır.

Sanayileşme ve kentleşmenin sonucu olarak kent ve kırsal alan kültürlerinin giderek birbirinden farklılaşması, hızlı küreselleşmenin de etkisiyle kent kültürünün yayılması kırsal alanların önemini azaltmamakta, tam tersine, kırsal alanların ve kültürünün daha çok korunması zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır. Kırsal alanların kalkınması ve modernizasyonu gerçekleştirilirken, ulusal ve etnik kültürün korunması ihmal edilmemelidir. Doğal ve sosyo-kültürel çevrenin zarar görmeden korunması turizm sektörünün başlıca sorumluluğu olmalıdır.

Geleneksel kalkınma anlayışının doğa, tarım alanları ve kültürün korunarak kırsal kalkınmanın sağlanması konusundaki başarısızlığı, yeni arayışlara yol açmış ve “Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (The World Commission Environment and Development-WCED) modern toplumlara yeni bir paradigma olarak sürdürülebilir kalkınma kavramını ortaya atmıştır (1987)”²²⁷. Bu kavram tüm ekonomik faaliyetlere uygulanabilen, gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerinden ödün vermeksizin günümüz ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlayan, yol gösterici bir ilke olarak kabul edilmektedir.

²²⁷Report of the World Commission on Environment and Development, 42/187.
<http://www.un.org/documents/ga/res/42/ares42-187.htm> (28.03.2011).

Turizm (Tourism Consern-TC) ve Dünya Doğa Fonu (World Wide Fund for Nature-WWF) 1992 yılında sürdürülebilir turizmi şu şekilde tanımlamıştır. Sürdürülebilir turizm; *doğal kaynakların gelecekteki verimliliği ve gelecek kuşaklara aktarılması düşünüülerek doğal kapasitesi içinde kullanılmasını, insanların, toplumların, gelenek ve yaşam tarzlarının korunduğu bir turizm deneyimini gerçekleştirmelerini, yöre insanının ve toplumların isteklerine yol gösterirken, turizme katılan insanların turizmin ekonomik yararlarından eşit şekilde yararlanması gerektiğini kabul eden bir turizmdir*²²⁸. Bir diğer tanıma göre, sürdürülebilir turizm; *turizmin gelişmesinin, yönetiminin ve çevresel, sosyal ve ekonomik bütünlüğünü, iyi bina, doğal ve kültürel kaynakları sonsuza dek koruyan faaliyetlerin tüm şekilleridir*²²⁹.

WWF, sürdürülebilir turizmi tanımladıktan sonra, temel ilkelerini şu şekilde belirtmiştir²³⁰:

- Kaynakları sürdürülebilir şekilde kullanmak,
- Aşırı tüketimi ve atık miktarını azaltmak,
- Çeşitliliği korumak,
- Turizmi planlı şekilde gerçekleştirmek,
- Yerel ekonomileri desteklemek,
- Yerel toplumların turizme katılmasını sağlamak,
- Paydaşlara ve kamuya danışmak,
- Turizmi sorumluluk duyarak pazarlamak,
- Personeli eğitmek,
- Araştırmayı taahhüt etmek.

Sürdürülebilir turizm, turizm endüstrisi, ziyaretçiler ya da turistler, yerel toplum, çevre ve turizmi etkileyen diğer faktörler arasında uyumlu bir ilişki kurarak,

²²⁸ Ratz ve Puczko, s. 451.

²²⁹ Latif Gürkan Kaya ve Richard Smardon, "Sustainable Tourism Development: The Case Study of Antalya, Turkey", **Northeastern Recreation Research Symposium**, 2001, http://nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr_ne276/gtr_ne276_222.pdf ss.222-227. (01.02.2011)

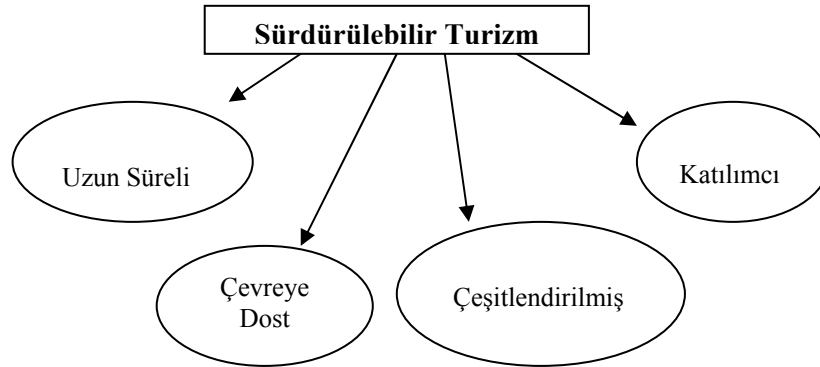
²³⁰ Luc Hens, "Sustainable Tourism and Environmental Impact Assesment", <http://www.vub.ac.be/MEKO/Vietnam/EU/EIAws1abs.html> (01.02.2011).

kaynakları planlı ve sorumlu bir şekilde kullanmak ve gelecek kuşaklara bozmadan aktarabilmektir. Bu nedenle sürdürülebilir turizmin birkaç boyutu bulunmaktadır.

- *Ekolojik boyutu*, turizmin olumsuz etkilerinden doğal kaynakların korunması ve gelecek kuşaklara bozulmadan aktarılabilmesiyle ilgilidir.
- *Kültürel boyutu*, turist kültürlerinin baskısı altında kendi yöre kültürünün unutulmaması ve devam ettirilmesiyle ilgilidir.
- *Sosyal boyutu*, sosyal sorunlar ortaya çıkarmadan yörenin turizmi taşıma kapasitesidir.
- *Ekonomik boyutu* ise o yörede yaşayan insanların ve turizm sektörünün turizmden elde edeceği kazanç düzeyidir.

Sürdürülebilir turizm aynı anda tüm boyutları dengeli bir şekilde gerçekleştirebilmelidir. Sürdürülebilir turizmin dört temel özelliği bulunmaktadır²³¹. Bu özellikler Şekil: 6. de gösterilmektedir.

Şekil 7: Sürdürülebilir Turizm



Kaynak: Kaya ve Smardon, ss.222-227.

- *Uzun süreli.* Sürdürülebilir turizm uzun süreli amaçları gerçekleştirmelidir.

²³¹ Kaya ve Smardon, ss..222-227.

- *Çevreye dost.* Sürdürülebilir turizm doğal kaynakların ve çevrenin kapasitesini göz önünde bulundurmalı ve olumsuz etkileri minimize edecek şekilde planlanmalıdır.
- *Çeşitlendirilmiş.* Sürdürülebilir turizm hinterlandına göre tasarlanmalıdır. Doğal olanaklar, yerel kuruluşlar ve yöre insanı arasında denge gözetilmelidir.
- *Katılımcı.* Sürdürülebilir turizm, turizmden yararlanacak yöre sakinlerinin her aşamada katılımını gerektirir.

Sürdürülebilir turizmi benimseyen bir yörenin temel ilkeleri ne ölçüde yerine getirdiğine ve bu konuda ne kadar ilerleme kaydettiğine ilişkin literatürde çeşitli ölçütler geliştirilmiştir. Turizm yönetimi ve gelecekteki yatırımlar açısından bir gösterge niteliğinde olan bu ölçütler Tablo 16 da gösterilmiştir.

Tablo 16: Kırsal Turizmde Sürdürülebilirliğin Göstergeleri

Gösterge	Ölçüm
1. Kapasite	-Ziyaretçi/turist sayısı (yıllık/mevsimlik)
2. Sosyal kapasite	-Yerel nüfusa oranla ziyaretçi/turist oranı (yıllık/mevsimlik)
3. Çekicilik	-Doğal ve kültürel kaynakların sayısı -Doğal ve kültürel kaynakların çekicilik düzeyi
4. Planlama süreci	-Yerel/bölgesel kalkınma planlarının bulunması
5. Turizm planlaması süreci	-Yerel/bölgesel turizm kalkınma planlarının bulunması
6. Alan koruma	-Korumanın Türü -Tüm bölgeyle karşılaştırılmalı olarak korunan alan yüzdesi
7. Yerel Katılım	-Toplam turizm işletmelerinin sayısına göre yerel sahipli turizm işletmelerinin oranı
8. Yerel kontrol	-Kalkınma planları ve uygulamalarında yerel denetimi sağlayan resmi önlemler (kamu duyarlılığı, toplantılar, yerel referandum) bulunması
9. İstihdam	-Turizmde yaratılan iş sayısı -Misafir işçilerin sayısına oranla yerel çalışan sayısı
10. Yerel ekonomiye turizmin katkısı	-Sadece turizmden sağlanan toplam gelir vergisinin oranı
11. Ekonomik çeşitlilik	-Toplam gelir vergisinde farklı ekonomik eylemlerin payı
12. Enerji tüketimi	-Yenilenemez enerji kaynaklarına göre yenilenebilir enerji kaynaklarının oranı
13. Atık yönetimi	-Uygun kanalizasyon sistemi olan ev yüzdesi -Atık arıtma yüzdesi
14. Eğitim ve staj	-Profesyonel eğitim ve stajla turizme katılan yerel insan yüzdesi -Eğitim durumuna göre turizm çalışanlarının dağılımı -Verilen sürede işte eğitime katılan turizm çalışanı yüzdesi
15. Yerel tatmin	-Yerel toplumda turizmin etkisinin genel algısı
16. Turist tatmini	-Kaliteyle ve ürünlerinin değer/fiyat rasyosu ile ilgili turistlerin genel tatmini -İlk kez ziyaret edenlere oranla tekrar ziyaret yüzdesi

Kaynak: Ratz ve Puczko, ss. 452-453.

2.4. AVRUPA BİRLİĞİNDE TARIMSAL İŞLETMELERİN TARIMSAL TURİZM İŞLETMELERİNE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ

Birçok gelişmiş ülkede tarımın ekonomideki payı giderek azalma göstermektedir. Benzer durum AB ülkelerinde de görülmektedir. “AB’de 2000-2009 yılları arasında tarımsal gelirlerin düzeyi, toplam gelir düzeyinden daha düşüktür. Özellikle eski AB üyelerinde toplam gelirler içinde tarımsal gelirlerin payı giderek azalmaktadır”²³². “Avrupa Komisyonu verilerine göre, 2009 yılı itibariyle 133,8 milyar Avro olan AB bütçesinde tarım ve çevrenin payı %42’dir”²³³. “Özellikle, 2009 krizinde fiyatların düşmesine bağlı olarak tarım gelirlerinde de %11,6 oranında bir düşüş ortaya çıkmıştır”²³⁴. Bu azalma, ekonominin diğer sektörlerine göre toplam gelirler içinde daha düşük bir paya sahip olan tarım sektörünü daha kırılgan bir duruma sokmaktadır. Dünyadaki eğilimlerin sonucu olarak, tarım gelirlerindeki ve çiftlik sayılarındaki azalma, sektörde istihdam oranlarında da düşüşlere yol açmaktadır. “27 üyeli AB’nde 2000 yılından bu yana tarımsal işgücü oranı %24,9 oranında azalmıştır. Bu azalma 15 üyeli AB’nde diğer üye ülkelere oranla biraz daha yavaş gerçekleşmiştir (-%16,7). Kriz yılı olan 2009’da da toplam tarımsal işgücü oranı İngiltere ve Macaristan dışında diğer üye devletlerde azalmaya devam etmiştir”²³⁵.

1980’li yıllarda ve 1990’ların başlarında daha çok üretim kotaları ile yönlendirilen tarım, günümüzde pazar odaklıdır. Avrupa tarımının rekabet gücünü geliştirmek amacıyla, OTP’nda öncelikle tüketiciler ve talepleri dikkate alınmakta ve çiftçilerin faaliyetlerini çeşitlendirmesi ve çiftliklerin yeniden yapılandırılması özendirilmektedir. Bu değişimler, “*tarımsal işletme*” (agribusiness) ve “*çok fonksiyonlu kırsal kalkınma*” (multifunctional rural development) kavramlarının önem kazanmasına yol açmıştır.

²³² European Commission, Agriculture and Rural Development, “CAP Post 2013: Key Graphs and Figures”, http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/graphs/graph3_en.pdf. (28.03.2011).

²³³ Avrupa, “Budget”, http://europa.eu/pol/financ/index_en.htm. (28.03.2011).

²³⁴ Ole Olsen, “Agriculture and Fisheries”, **Eurostat in Focus** 18/2010, ss.1-8.

²³⁵ Eurostat, Agricultural Statistics, Main Results 2009, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-ED-10-001/EN/KS-ED-10-001-EN.PDF s. 75, (28.03.2011).

Çok fonksiyonlu kırsal kalkınmanın ilk uygulamaları ise, ilk kez 17. yüzyılda Kuzey Amerika’da görülse de, kırsal alanlarda oturanların yaşam koşullarını iyileştirme ihtiyacı 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır²³⁶. Amerika’da ekonomik durgunluklar ve krizler bu yüzyılın başlarından itibaren kırsal alanları olumsuz şekilde etkilemeye başlamıştır. Benzer şekilde Avrupa’da da nüfusun hızlı büyümesi, nüfusun yaşlanması, kentleşme ve kırsal alanlardan kentlere yapılan göçler ve kırsal alanlarda nüfusun azalması ve teknolojiadaki değişimler kırsal alanlara ve tarıma verilen önemi değiştirmektedir. Çok fonksiyonlu kırsal kalkınma kavramı, kırsal alanlarda nüfusun azalması ve tarımsal gelirlerin düşmesine bağlı olarak gelişme göstermiştir. İşletme faaliyetlerinin tarıma alternatif diğer ekonomik faaliyetlerle çeşitlendirilmesi demek olan çok fonksiyonlu kırsal kalkınma ile istidam olanakları yaratılmakta, işsizlik önlenmekte ve alternatif gelir kaynakları ortaya çıkmaktadır.

Bugün Avrupa’da hala kırsal alanların esas fonksiyonu tarım, hayvancılık, orman ve balıkçılık olmakla birlikte, başta turizm, el sanatları, taşımacılık, ticaret, eğitim, sağlık hizmetleri, inşaat gibi hizmetler olmak üzere ek fonksiyonlar gelişerek tarım alanları da bir dönüşüm yaşamaktadır. Kırsal alanlarda sadece çiftçiler değil. diğer hizmetleri sunanlar da yaşamaktadır ve gelecekte daha da çok yer alacakları tahmin edilmektedir. Kırsal alanlarda yaşayanlarda ek gelir ihtiyacının ortaya çıkması ve gelir kaynaklarının çeşitlenmesi, tarım işletmelerinin yapısının da değişimine yol açmaktadır. Tarım işletmeleri sadece tarımsal ürünleri üreten yerler olmaktan çıkmış, kırsal alanların ayakta kalmasını ve yaşanılacak bir yer olmasını sağlayan, tarım ürünlerinin üretimi dışında çeşitli faaliyetlerde çalışma olanağı yaratan, turizm ve tatil olanaklarıyla ziyaretçileri ağırlayan yerlere dönüşmüştür.

2.5. AVRUPA BİRLİĞİ’NDE TARIMSAL TURİZM İŞLETMELERİ TARAFINDAN SAĞLANAN ÜRÜNLER VE HİZMETLER

Tüm işletmelerde olduğu gibi tarımsal turizm işletmeleri de ürün ve hizmet üretmek için faaliyet göstermektedirler. Tahıllar, meyve ve sebze, büyük ve küçükbaş hayvanlar, süt, yumurta gibi ürünler ve bunlardan üretilen mamül mallar

²³⁶ Sznajder, Przeborska ve Scrimgeour, s.44.

ürettikleri gibi, bu ürünlerin turistlere satışı gibi hizmetler, doğal güzellik, manzara, temiz hava, otantik ortam gibi ölçülemeyen değerleri de sunmaktadırlar. Tarımsal turizm işletmeleri aynı zamanda doğal ortamın sunduğu huzur, çiftlik hayvanlarıyla birarada olma, çiftlik yaşamı, komşuluk, gelenekler, tarımsal faaliyete katılma, taze ve sağlıklı ürünleri kendi elleriyle toplama, yöresel ev yöntemleriyle hazırlanmış yiyecekleri tatmalarını sağlamak suretiyle ziyaretçilerin duygusal, estetik ve sosyal ihtiyaçlarını gidererek tatmin de sağlamaktadırlar.

Tarımsal turizm işletmeleri çok sayıda ürün, hizmet ve ölçülemeyen değer sunduğu için bunların sınıflandırılma gereği ortaya çıkmaktadır. Sınıflandırmada genellikle iki tür ölçüt kullanılmaktadır²³⁷: Bunlar; tarımsal turizmin mevsimsel duruma ve dallarına göre sınıflandırılmasıdır. Tarımsal turizm ürün ve hizmetlerinin bütün bir yıl boyunca üretilmesine ya da mevsimsel özellik göstermesine bağlı olarak iki grupta incelenebilmektedir. Birçok tarımsal turizm ürün ve hizmeti iklim koşullarına bağlı olarak mevsimsel karakter göstermektedir. Yeşil çayırlar, çiçekler bazı meyve ve sebzeler ve bunlardan üretilen ürünler v.b. sadece belirli bir dönemde mevcut olabilir. “Bir bölgenin mevsimsel özelliği arazinin kullanımını, tarımını, tatil ve dinlenme olanaklarını ve hatta o yöreyi ziyaret edenlerin psikolojisini etkilemektedir. Yılın farklı dönemlerinde manzaradaki renkler ve şekiller de farklı gözlemlenmektedir”²³⁸. Mevsimsel özellik gösteren ürün ve hizmetler, tüm yıl boyunca sunulan hizmetlere oranla genellikle daha yüksek fiyatlandırılmaktadır. Diğer bir sınıflandırma da tarımsal turizmin dallarına göre ayrımlanmasıdır. Buna göre; tarımsal turizm ürün ve hizmetleri dokuz gruba ayrılmaktadır. Tablo 17. bu açıdan yapılan sınıflandırmayı göstermektedir.

²³⁷ Sznajder, Przezborska ve Scrimgeour, s.44.

²³⁸ Derk Jan Stobbelaar ve Karina Hendriks, “Seasonality of Agricultural Landscapes: Reading Time and Place By Colours and Shapes”, **Seasonal Landscapes**, der.H. Palang H. Soovali and A Printsmann, 2007, ss.103-126.

Tablo 17: Tarımsal Turizm Ürün ve Hizmetlerinin Sınıflandırılması

TARIMSAL TURİZM	
TARIMSAL KONAKLAMA	Çiftlikte Kır evinde Otel(motel) de Pansiyonda Kamp yerinde Özel tarımsal otel hizmetleri
TARIMSAL GIDA HİZMETLERİ	Ev yemekleri Kantin Restoran
BİRİNCİL TARIMSAL TURİZM	Üretim sürecini gözlemleme Üretim sürecine katılma Yürüyüş ve binicilik eğitim turları Çiftlik hayvanat bahçesi
DOĞRUDAN SATIŞLAR	Çiftlik ürünlerinin doğrudan satışı Kendin topla türü satışlar Çiftlikler ve tarımsal ürün satan dükkanları
TARIMSAL TATİL	Uzun tatiller Hafta sonu tatilleri Bayram v.b. günlerdeki tatiller
TARIMSAL SPOR	Yürüyüş ve tırmanma Ata binme Geniş alanları gerektiren sporlar Yeni nesil alan oyunları Avcılık Balıkçılık
TARIMSAL EĞLENCE	Parkları ve bahçeleri ziyaret etme Tarımsal turizm gezileri Mısır ve soya labirentleri
TARIMSAL TEDAVİ	Hayvanların yardım ettiği tedaviler Bitkisel ve hayvansal ilaçları uygulayan tedaviler Özel diyetler Mini sağlık tesisleri
KÜLTÜREL TURİZM	Tarihsel-eski çiftlikler Tarihsel köyler Folklorik sanat ve tarım müzeleri Folklorik aile kutlamaları ve festivaller Belirli bir yöresel özellik taşıyan köyde kalma

Kaynak: Sznajder, Przeborska ve Scrimgeour, s.134.

Tarımsal turizmde konaklama hizmetleri çiftlikte, kır evinde, otel, motel, pansiyon ya da kamp yerinde verilebilmektedir. Tarımsal turistlerin hangi konaklama şeklini tercih ettikleri ülkelere göre değişmektedir. Turistlerin çiftlikte konaklamayı tercih etmeleri durumunda, bir kişinin misafirleri karşılaması, onlarla sohbet etmesi, sıcak ve dostça bir ortam yaratılabilmesi ve istenilmesi durumunda ekstra yemeklerin hazırlanabilmesi için turistlerin önceden bildirmeleri gerekmektedir. Turistler

genellikle araba ya da motosiklet kiralayarak ülkenin en uzak yerlerindeki çiftliklere ulaşabilmektedir. Konaklama bedelleri de ülkelere göre değişmektedir. Örneğin, Almanya’da çiftliklerde konaklamak oldukça pahalıdır ve daha çok iç pazara yöneliktir. Çoğunlukla bir ile iki hafta arasında değişen uzun bir süre kalınmaktadır. Otel ya da motelde konaklamak isteyen turistlere yasalar çerçevesinde ve denetim şirketleri tarafından denetlenen o yörenin özelliklerine uygun olarak özel otel hizmetleri de sunulabilmektedir. “Örneğin İtalya’da turistler samanların üzerinde uyuyabilmektedir”²³⁹. Kamp yerinde kalmak isteyenlere de genellikle benzer hizmetler sunulmakla birlikte, onları ağırlayan bir kişi bulunmamakta ve kendi yataklarını kendileri hazırlamaktadırlar.

Turistler yemeklerini çiftçiler tarafından çalıştırılan restoranlarda yiyebilirler, yiyeceklerini kantinlerden satın alabilirler, tarlada açık havada piknik yapabilirler ya da kendi hazırladıkları yemekleri tüketebilirler. Çiftlikte çiftçi ailenin hazırladığı ev yemeklerini tercih ettiklerinde çiftçi aileyle sofraya oturmaktadırlar. Genellikle kahvaltılarda sunulan ürünler birbirine benzer olmakla birlikte, öğle ve akşam yemeklerinde sunulanlar yörelere ve çiftliklere göre farklılıklar göstermektedir.

Birincil tarımsal turizm; çiftlikteki üretim süreçleriyle doğrudan ilgili faaliyetleri içermektedir. Bitkilerin üretilmesini veya hayvanların doğumunu gözlemlemek ya da bu süreçlere katılmak, yöresel yemeklerin, içkilerin üretilmesini gözlemlemek, eğitim turlarına katılmak, doğal ortam ve yerel hayvanlar hakkında bilgi edinmek gibi faaliyetlerden oluşmaktadır. Bitkilerin üretim süreçleri aylarca sürebileceği için turistler hasat etme gibi bu süreçlerin sadece en ilginç olan kısımlarına katılabilirler. Ayrıca çiftlik hayvanlarını besleyebilirler, süt sağabilirler veya hayvanları meralarda otlatabilirler ve çiftliğin günlük rutin işlerini yapabilirler.

Tarımsal turizm kırsal alanlarda ve çiftliklerde küçük miktarda üretilen ürünlerin pazar bulmasına da olanak sağlar. Üretilen ürünlerin doğrudan satışı çiftçilere, bu ürünleri işleyen küçük işletmelere ve yöre halkına fırsatlar yaratmaktadır. Doğrudan satışlar genellikle, çiftlik ürünlerinin turistlere satışını,

²³⁹ Curtis E.Beus, “Agritourism: Cultivating Tourists On The Farm”, Farming the Northwest, <http://cru.cahe.wsu.edu/CEPublications/eb2020/eb2020.pdf> (04.10.2010), s.5.

“kendin topla” türü satışları, yol kenarlarında kurulan tezgahları ve köy dükkanlarında ürünlerin satışlarını içermektedir.

Tatil yapmak ve dinlenmek tarımsal turizmin esas nedeni olarak görülmektedir. Tarımsal turizm işletmesi tarafından sunulan tatil hizmeti, turistlerin kalış süresine göre, birkaç hafta ya da daha uzun süren tatiller, hafta sonu geçirilen iki günlük tatiller ve bayram veya yılbaşında yapılan tatiller olarak sınıflandırılmaktadır. Tarımsal turistlerin tercihleri ülkelere göre değişmektedir. Örneğin, “Polonya’da hafta sonu tatilleri doğal ve sessiz çevre ve tarımsal turizm çiftliklerindeki düşük fiyatlar nedeniyle çok rağbet görmektedir”²⁴⁰.

Tarımsal turizm işletmelerinin sunduğu hizmetlerden biri olan spor, bölgelere ve ülkelere göre değişen bir çok çeşidi içermektedir. Genellikle yürüyüş, tırmanma ata binme, avcılık, balıkçılık en yaygın olarak yapılan sporlardır.

Tarımsal turizm işletmelerinin sunduğu diğer bir hizmet olan eğlence, genellikle park ve bahçeleri gezme, çiftlik turları, yörede geziler düzenleme ve o bölgeye özgü oyunlar hazırlamayı içermektedir. “Günümüzde tarımsal eğlence endüstrisinde birçok çiftçi giderek daha yaratıcı olmaktadır. Bu yaratıcı eğlencelerden biri de mısır tarlalarındaki labirentlerdir”²⁴¹.Örneğin, mısır ve soya bitkilerinden yararlanılarak hazırlanan labirentler, özel hazırlanmış haritalar yardımıyla en kısa yoldan varış yerine ulaşana ödüller verilmesi şeklinde tasarlanmaktadır.

Tedavi hizmeti de tarımsal turizmin gelişmekte olan bir dalıdır. Kedi, köpek, kuş, at, tavşan, sincap gibi hayvanlarla temas etmek hastaların ve özellikle çocukların fiziksel, duygusal ya da zihinsel fonksiyonlarını geliştirme konusunda yararlı bir tedavi olarak görülmektedir. Bitkisel ve hayvansal ürünlerden hazırlanan ilaçlarla uygulanan tedaviler, kanser, astım gibi hastalıklar için doğal bitkilerden

²⁴⁰ Barbara Szymoniuk, “Rural Clusters in the Lublin Region (Eastern Poland)-Good Solutions for a Young Democracy”, **43rd Congress of the European Regional Science Association**, Finland, August 27-31, 2003, s.3.

²⁴¹ McKenzie ve Wysocki, s.1.

yararlanılarak geliştirilen kürler ve özel diyetler, sağlığını kazanmak isteyen turistleri doğal yaşama ve tarımsal turizme çeken unsurlardır.

Ayrı bir turizm türü olarak da ele alınan kültürel turizm, tarımsal turizmin de bir parçası olabilir. Özellikle eski çiftlikler ve tarım müzelerini ziyaret etme, yörenin folkloru ve festivallerini izleyerek bilgi artırma tarımsal turizmin sunduğu hizmetler arasında yer almaktadır.

Tarımsal turizm işletmeleri bu çeşitli tarımsal ürün ve hizmetleri yörenin olanaklarını da göz önünde bulundurarak, kendileri açısından en iyi sonucu getirecek şekilde örgütlemelidirler. Tasarladıkları ürün ve hizmetler bir yandan turistleri çekerken, diğer yandan da onları diğer tarımsal turizm işletmelerinden farklılaştırmalıdır.

2.6. AVRUPA BİRLİĞİNDE TARIMSAL TURİZMİN GELİŞTİRİLMESİ VE EĞİTİM İHTİYACI

Literatürde tarımsal turizmin gelişmesine katkı sağlayan başlıca iki neden ileri sürülmektedir. Birincisi, turistlerin tarımsal turizm deneyimine giderek artan ilgisidir. Turistler kısa bir süre için bile olsa, şehir yaşamından kaçarak nostalji yaşamak, kırsal alan veya çiftlik hayatına geri dönmek istemektedirler. Ayrıca çocuklarının da çiftlik hayatını yaşamalarını ve geleneksel çiftlik yöntemlerini ve kültürünü öğrenmesini istemektedirler. Tarımsal turizmin gelişmesinde ileri sürülen ikinci neden ise, büyük ölçekli ve endüstriyel tarım üretiminin olumsuz etkilerini gören tüketicilerin sağlıklı ve daha yüksek kaliteli ürünler için küçük ölçekli çiftçileri desteklemeleridir.

Tarımsal turizmde tüketiciler açısından hangi faktörlerin önemli olduğunu ortaya koymak için tarımsal turistlerin beklentilerini incelemek gerekmektedir. “Genellikle tüketiciler doğal ortamda güvenli, temiz ve sağlıklı bir çevre aramakta ve otantik bir deneyim yaşamak istemektedirler. Howell, çeşitli kaynaklardan

yararlanarak tarımsal turizmde tüketicilerin beklentilerini şu şekilde özetlemektedir”²⁴². Tablo 18 tarımsal turistlerin beklentilerini göstermektedir.

Tablo 18: Tarımsal Turistlerin Beklentileri

Beklentiler
Dinlenme ve rahatlama fırsatı
Paranın karşılığını alma
Tüm aile açısından uygun etkinlikler
Ev sahipleriyle karşılıklı etkileşim
Güvenlik
Çevreye karşı duyarlılık
Doğal alan
Yerel kültür ve mirası öğrenme fırsatı
Güvenli fakat maceralı faaliyetler

Kaynak: Howell, s.12.

Birçok tarımsal turist açısından ödedikleri paranın karşılığı olarak hizmet ve konukseverlik çok önemlidir ve kalitenin bir göstergesi olarak algılanır. Tüm aile bireylerinin beklentilerini karşılayacak faaliyetlerin sunulmasını beklerler. Ayrıca, çoğu turist eğlenir ve dinlenirken aynı zamanda eğitim fırsatlarına da ulaşmak istemektedir. Sağlıklı ürünlere olan ilgi ve obezite sorunları da tarımsal turizme olan ilgiyi artırmaktadır.

“Avrupa Birliği, 1991 yılından beri çiftlikleri desteklemek için tarımsal turizmin gelişmesini teşvik etmektedir. AB ülkeleri, özellikle Kuzey Amerika’nın büyük ölçekli çiftliklerinin fiyatları düşürmesi nedeniyle, küresel pazarlarda rekabet edemeyen çiftliklerin gelişmesini teşvik etmek amacıyla tarımsal turizme iki milyar dolar harcamıştır”²⁴³.

²⁴² Alison Howell, “Developing Quality Standards for Agritourism”, **School of Resource and Environmental Management**, Simon Fraser University, Report No: 361, 2004, s.12.

²⁴³ Deborah Che, Ann Weeck ve Gregory Weeck, “Sustaining Production and Strengthening the Agritourism Product: Linkages Among Michigan Agritourism Destinations”, **Agriculture and Human Values**, 22, 2005, S.227.

Turizmin gelişmesi insanların zenginleşmesine bağlıdır. Dünyanın zenginliği ve buna bağlı olarak turizmin gelişmesi de giderek artış göstermektedir. Ancak tüm insanlar bu artıştan eşit şekilde yararlanmadıklarından, sektör açısından önemli olan mümkün olduğu kadar çok sayıda insanın tarımsal turizm faaliyetine katılmasıdır. Hanehalkı gelirlerinin düşmesi durumunda turistler aileleriyle birlikte, bulundukları yerden çok uzakta olamayan ve göreceli olarak daha ucuz tatil olanaklarını tercih ederler. Tarımsal turizm bu pazarın isteklerini de karşılayabilecek niteliktedir.

Tarımsal turizmin geliştirilmesinde tarımda ve çiftliklerde çalışanların eğitilmesine, çiftliklere olan talepten ve pazar eğilimlerinden anlayan ve çiftliklerin turizm gelirlerini artıracak yöneticilere gereksinim vardır. Tarımsal turizmde çiftliklerin yukarıda açıklanan tatil programları, geziler, kahvaltı ve yemekler, kamping, festivaller, oyunlar ve eğlenceler gibi ürün ve hizmetleri geliştirebilmeleri için çiftlik çalışanlarının ve yöneticilerin yetiştirilmesi de gerekmektedir. Eğitim programları geleneksel yaşam tarzını koruyarak tarım, turizm ve kültürel mirası en iyi şekilde nasıl harmanlayacağını öğretmektedir.

Çevrenin korunması, bitkisel çeşitliliğin ve hayvan türlerinin korunması açısından da tarımsal turizm önemlidir. Ancak kırsal kesimde yaşayanların ve çiftçilerin bu konuda bilinçlendirilmesi ve eğitilmeleri de gerekli olmaktadır. Örneğin “Polonya’da yapılan bir araştırmada çiftçilerin çok büyük bir kısmı (%76) tarımsal çevreyle ilgili önlemleri bilmesine rağmen, daha küçük bir kısmı (%36) bu önlemleri uyguladıklarını ve çok küçük bir kısmı da çiftliklerindeki korunan bitki türleri (%19) ve vahşi hayvan türleri (%25) hakkında bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir”²⁴⁴.

Avrupa Birliği’nin sürdürülebilir kalkınma stratejisinin önemli ayaklarından biri eğitimidir. Tarımsal turizmin geliştirilmesinde eğitim önemli rol oynamaktadır. “Araştırmalar eğitim düzeyi artıkça, AB’nden sağlanan ek fonların alınmasında ve

²⁴⁴ Tadeusz Zarski ve diğerleri, “Agri-Environmental Measures, Animal Welfare and Agrotourism-Polish Farmers’ View”, *ISAH 2005*, Vol: 2, Warsaw, Poland, ss.157-160.

uygulanmasında gerekli bilginin de arttığını göstermektedir”²⁴⁵. Kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasında başlıca şu eğitim şekillerinden yararlanılmaktadır.

- Resmi eğitim,
- Resmi olmayan eğitim (çeşitli kuruluşlar tarafından düzenlenen kurslar, eğitim seminerleri),
- Mesleki eğitim,
- Yaşam boyu öğrenme.

Her AB ülkesinde farklı eğitim şekilleri kabul görmektedir. Örneğin, “Fransa’da kurs ve seminerler sınırlı ölçüde kabul görürken, diğer Akdeniz ülkelerinde yaygındır, kuzey ülkelerinde ise halen tartışılmaktadır. Doğu Avrupa ülkelerinde ise resmi eğitim daha çok kabul edilirken, kurs ve seminerler ve yaşam boyu öğrenme giderek daha popüler hale gelmektedir”²⁴⁶. “Polonya’da tarımsal turizme başlayan her bireyin ODR (Bölgesel Danışma Hizmeti Merkezi) tarafından verilen tarımsal turizm sertifikası alması zorunludur. Organik çiftçiler de yine aynı kurum tarafından verilen sertifikayı almaktadırlar”²⁴⁷.

Çiftliklerde sunulan eğitim programları çiftlik faaliyetlerinin çeşitlendirilmesinin en iyi örneği olarak görülmektedir. Amerika’da çiftliklerde sunulan eğitim programları günlük sınıf eğitimleri, kısa dönem atölye çalışmaları ve akredite edilen kurslar şeklinde olmaktadır²⁴⁸. Benzer şekilde AB’nde de konaklama ve kaliteli tarımsal ürünlerin sunulmasının yanı sıra boş zaman etkinlikleri, kültürel hizmetlerin geliştirilmesi ve kurslar verilmektedir. Çiftlikte konaklayanlara veya dışardan gelenlere yemek pişirme, çiçek düzenleme, bitkisel ilaçlar yapma v.b. kurslar düzenlenebilmektedir. Eğitim programları çiftliklerin ürettiği ürünlere müşteri bulmalarında da yardımcı olmaktadır.

²⁴⁵ Krzysztof Firlej ve Arkadiusz Niedziolka, “Agritourism As A Factor of Local Development In the Malopolska Region”, **Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu**, Roczniki Naukowe tom IX, Zeszyt 2, s. 96.

²⁴⁶ Iren Kukorelli, “Vertical Links Between Different Types of Educational Institutions and the Local Communities”, **Trans-Rural**, Athen, 6th Sept. 2005, s.10.

²⁴⁷ Kukorelli, s.12.

²⁴⁸ Ketherine L. Adam, “Entertainment Farming and Agri-tourism”, **Business Management Guide**, <http://attra.ncat.org/attra-pub/PDF/entertn.pdf> . (28.03.2011), ss. 1-16.

Tarımsal turizmin gelişmesi önünde bazı engeller de bulunmaktadır. Tarımsal turizmde sigortalama ihtiyacı, pazarlama sorunları ve kaliteli hizmet ve belgelendirme kırsal alanlardaki tarımsal turizmin gelişmesinde önemli engeller olarak görülmektedir.

Tarımsal turizmin gelişmesinde çiftçilerin karşılaştıkları engellerin başında sorumluluk sigortası gelmektedir. “Çiftçilerin sigortaya aşına olmalarına rağmen sigorta şirketleri çoğu zaman tarımsal turizm sigortasını sağlamayı reddetmektedir. Özellikle tarımsal eğlence faaliyetleri sigorta faaliyetleri kapsamı dışında tutulmaktadır”²⁴⁹.

Tarımsal turizmin gelişmesini etkileyen diğer önemli bir konu da pazarlama sorunlarıdır. Pazarlama sorunları öncelikle çiftçilerin pazarlamadan çok üretimin geliştirilmesi üzerine yönlendirilmelerinden kaynaklanmaktadır. Tarımsal turizm işletmelerinin küçük ölçekli olması pazarlama sorunlarıyla karşılaşmalarında diğer önemli bir olgudur. “İngiltere’de belirli bir çiftlik turizmi imajını geliştirmek amacıyla bireysel reklamlardan, 15-20 çiftçi grubundan oluşan ortak kampanyalara doğru artan bir eğilim bulunmaktadır”²⁵⁰. Böylece, daha düşük maliyetlerle tarımsal turizme talep yaratıldığı gibi, bu bütünleşmeler içinde deneyimler paylaşılmakta, farklı fikirler geliştirilmekte, gelişim amaçlı kurslar düzenlenmekte ve büyük miktarda satın almanın avantajlarından yararlanılmaktadır. Örgütler arası daha geniş bütünleşmeler pazarlamanın ve tarımsal turizmin gelişmesi açısından gereklidir.

Tarımsal turistlere kaliteli hizmetin sunulmasının garantisi, çiftliklerin kalite güvence sistemlerinin geliştirilmesine bağlıdır. Ayrıca, tarımsal turizm işletmeleri logo, simge ve etiketlerini geliştirerek kendilerini benzer hizmetleri sunan işletmelerden farklılaştırmalıdır. Birçok tarımsal turizm işletmesinin küçük ölçekli olması bu faaliyetleri gerçekleştirmelerini de güçleştirmektedir.

²⁴⁹ Robert E. Wood, “Farmland Preservation and Agritourism in South Jersey: An Exploratory Study”, **Senator Walter Rand Institute of Public Affairs**, Camden, 2005, s.23.

²⁵⁰ Che, Weeck ve Weeck, s.228.

2.7. AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TARIMSAL TURİZMİN DESTEKLENME NEDENLERİ

Kırsal alanlar ve tarımın gelişimi tarihsel süreç içinde incelendiğinde, kırsal alanlarda yaşayan insanların genellikle güç koşullar içinde çalışan, oldukça fakir, geleneklerine ve dinine bağlı toplumlar olduğu görülmektedir²⁵¹. Tüm dünya ülkelerinde görülen kırsal alanların yoksulluğu ve tarımda çalışanların gelirlerinin düşük olduğu olgusu, AB ülkeleri için de geçerlidir.

Roma Antlaşmasının 39. maddesinde yer alan Ortak Tarım Politikası'nın (OTP) *daha fazla gıda üretimi* hedefi gerçekleştirilirken, bu kez gıda fazlası, ticari ve çevresel sorunlar ortaya çıkmıştır. “1990’ların başlarında başlayan Avrupa Birliği OTP’nda değişime yol açan bu süreç, pazar yönlü ve daha çevre dostu üretim ve sürdürülebilir tarım şeklinde sonuçlanmıştır. 2003/04 yıllarında yapılan OTP reformları ile de kırsal kalkınma politikasının kapsamı genişletilmiştir”²⁵². Böylece bir yandan tarım işletmelerini destekleyen ve daha iyi gıda işleme olanakları sunan ve sürdürülebilir kırsal kalkınma önlemlerini genişleten, öte yandan talep cephesinde ise daha iyi bir doğal çevre, tarımsal ürünler, el sanatları, festivaller gibi çeşitli eylemler ve yeni uygulamalara zemin hazırlayan politikalar üretilmiştir.

Arz ve talep cephelerinde ortaya çıkan değişimler, tarımsal turizmin kırsal alanlar, çiftlikler ve turizm endüstrisi açısından önemli bir çözüm yolu olarak gelişmesine yol açmıştır. McGehee ve Kim, tarımsal turizm işletmelerinin faaliyetlerini teşvik eden 11 faktör sıralamaktadır. Bunlar²⁵³:

- Tarım gelirlerindeki dalgalanmalar,
- Aile üyelerinin istihdamı,
- Ek gelir,
- Devlet tarım desteklerinin azalması,

²⁵¹ Sznajder, Przeborska ve Scrimgeour, s.15.

²⁵² Eurostat,, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/agriculture/introduction> (09.04.2011).

²⁵³ Nancy G. Mc Gehee ve Kyungmi Kim, “Motivation for Agri-tourism Entrepreneurship”, **Journal of Travel Research**, 2004 43, s.163.

- Turizm pazarındaki ihtiyaçların karşılanması,
- Vergi teşvikleri,
- Misafirler/ziyaretçilerle arkadaşlık kurma,
- İlginç bir hobi olması,
- Kaynaklardan tam yararlanma,
- Diğerk ülkelerdeki tarımsal turizm başarılarını gözlemleme,
- Turistleri eğitmek.

AB lkelerinde kırsal alanlarda tarımsal turizmin desteklenme nedenleri irdelendiğinde, en önemli nedenler başlıca dört gruba ayrılabilir. Aşağıdaki kısımda Avrupa Birliğı'nde tarımsal turizmin desteklenme nedenleri ele alınmaktadır.

2.7.1. Kırsal Alanlarda Sürdürülebilir Kalkınma

AB lkelerinde kırsal alanlarda sürdürülebilir kalkınma 1980'li yılların sonlarında ortaya çıkmıştır. Geleneksel kalkınma anlayışının ekonomik büyümeyi sağlarken, kısa vadeli amaçlar için doğal dengenin bozulmasına, kaynakların kıtlaşmasına, gelir dağılımında ve yaşam standartlarında bölgesel dengesizliklere yol açması bu anlayışın sorgulanmasına yol açmış, yeni bir arayışın sonucu olarak "sürdürülebilir kalkınma" kavramı önem kazanmıştır. Sürdürülebilir kalkınmanın temel amacı sadece ekonomik büyümeyi sağlamak değil, aynı zamanda çoğunluğun yaşam standartlarını iyileştirerek kırsal alanlarda yoksulluğu ortadan kaldırmak ve uzun vadede çevreyi ve doğal kaynakları korumaktır.

1992 yılında Birleşmiş Milletler evre ve Kalkınma Konferansı'nda (UNCED) oluşturulan gündem 21'de sürdürülebilirliğin çok boyutlu olduğu, ekolojik, ekonomik, sosyal hedefler içerdiği belirtilmiştir²⁵⁴. Bu boyutlar arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Örneğin kırsal alanın ekonomik canlılığının güçlendirilmesi, sosyal ve çevresel işlevlerinin korunmasıyla mümkündür. Benzer

²⁵⁴ European Commission, "A Framework for Indicators for the Economic and Social Dimensions of Sustainable Agriculture and Rural Development", **Agriculture Directorate-General**, 2001 (Sustainable) http://ec.europa.eu/agriculture/publi/reports/sustain/index_en.pdf (09.04.2011), s.3.

şekilde, kırsal alanda ekonomik faaliyetler çeşitlendirilir, tarımsal turizm geliştirilir, ve istihdam olanakları arttırılırsa, olumlu sosyal sonuçlar da yaratılmış olur. Keza, çevre kalitesinin korunması da kırsal alanlarda ekonomik potansiyelin sürdürülmesi için gerekmektedir. Bu üç (Tablo 19.) boyut sinerji yaratarak birbirini tamamladığı gibi, uygulamada bazen çatışabilmektedir. Sürdürülebilirlik; çatışmanın önlenmesi ve bu üç boyut arasında dengenin sağlanması ile ilgili bir kavramdır.

Tablo 19: Kırsal Alanlarda Sürdürülebilirliğin Boyutları

	Çevresel Boyut	Ekonomik Boyut	Sosyal Boyut
Stoklar	Kaynakların (çevre, insan, istihdam, kültür, sosyal uyum) korunması		
Etkinlik	Çevresel etkinlik (kırsal alanların, bio-çeşitliliğin, içme suyu ve hava kalitesinin korunması)	- Kaynakların etkin kullanımı, - Etkin tarımsal yapı, - Uygun teknolojiler, - Gelir kaynaklarının çeşitlenmesi - Sektörün rekabet gücünün artırılması	- İstihdamın yaratılması ve korunması, - Kurumsal etkinlik, (Düzenleyici çerçeve, informal ilişkiler ve yönetim mekanizmaları)
Eşitlik	Çevrenin korunmasında “kirleten öder ilkesi”	- Kırsal alanların canlanmasına katkı, - Dengeli gelişme, - Aktif kırsal toplum	- Tarım ve kırsal alanlarda uygun yaşam standardı, - Sosyal gruplar arasında eşit fırsatlar, - Etik çalışma koşulları, - Etik üretim yöntemleri ve hayvan refahı

Kaynak: European Commission, s.8. den yararlanılarak hazırlanmıştır.

Sürdürülebilir kırsal kalkınma aşağıdaki unsurlara dayalıdır²⁵⁵.

- Stokların (kaynakların) korunması,
- Sürecin etkinliğinin sağlanması,

²⁵⁵ European Commission (Sustainable), s.6.

- Fayda ve maliyetlerin dağılımında eşitlik(aynı zamanda mevcut ve gelecek kuşaklar arasında da eşitlik).

Buna göre; sürdürülebilir kırsal kalkınma çevre, insan, kültür gibi mevcut kaynakların çevresel, ekonomik ve sosyal açıdan etkinliğinin koşullar ve kuşaklar arasında eşitlik ilkesi çerçevesinde geliştirilmesi ve korunmasıdır.

1997 Amsterdam Antlaşmasıyla sürdürülebilirlik AB'nin temel hedefi haline gelmiştir²⁵⁶. AB Tarım Konseyi 1999'da Helsinki Zirvesine sunulan entegrasyon stratejisini onaylamış ve 1998'de Cardiff Zirvesinde entegrasyon süreci Avrupa Konseyi tarafından başlatılmıştır. "2001 yılında benimsenen altıncı Avrupa Çevre Eylem Programı ve Avrupa İklim Değişikliği Programı ile AB, çevre sorunlarına daha geniş bir açıdan bakarak 2012 yılına kadar çevre stratejisini belirlemektedir²⁵⁷. Ayrıca, Kyoto protokolünün emisyon hedefi (%-8) ile AB'nde iklim değişikliği konusunda gerçek bir ilerleme kaydedilmiştir. 2007-2013 döneminde kırsal kalkınma politikasının temel kuralları ve üye devletlere getirilen önlemler (EC) No.1698/2005 Konsey Tüzüğü ile belirlenmiştir. Buna göre; kırsal kalkınma politikası üç konuda yoğunlaşmaktadır²⁵⁸. Bunlar:

- Tarım ve orman sektörlerinin rekabet gücünü arttırmak,
- Çevre ve kırsal alanı geliştirmek,
- Kırsal alanlarda yaşam kalitesini arttırmak ve kırsal ekonominin çeşitliliğini geliştirmektir.

Üye devletler kendi kırsal kalkınmaları için fonlardan sağladıkları kaynakları bu üç alan arasında dağıtarak AB kırsal kalkınma politikası doğrultusunda ekolojik, ekonomik ve sosyal açıdan kendi kalkınmalarını sağlamaktadırlar. Özellikle ikinci konuda, tarım ve orman alanlarının kullanımının sürdürülebilirliğinin sağlanması önem kazanmakta ve bu amaçla önlemler geliştirilmektedir.

²⁵⁶ Geniş bilgi için bkz, The Treaty of Amsterdam, <http://www.eurotreaties.com/amsterdamtreaty.pdf> . (15.09.2009)

²⁵⁷ Geniş bilgi için bkz. European Commission, "The Sixth Environment Action Programme of the European Community 2002-2012". <http://ec.europa.eu/environment/newprg/index.htm> . (15.09.2009).

²⁵⁸ European Commission, "Rural Development Policy 2007-2013".

Tarımsal turizm kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasında yararlı bir sistem olarak görülmektedir. İyi geliştirilmiş bir tarımsal turizm sistemi ziyaretçi getiren, yeni iş olanakları yaratan ve olumsuz ekonomik koşulları tersine çevirebilecek bir potansiyele sahiptir. Tarımsal turizm sürdürülebilir kalkınmanın çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları arasında bir denge sağlayarak, tarımsal alanları azaltmadan, çevre, insan, gelenek ve yaşam tarzlarının etkin bir şekilde korunmasını sağlayabilecek bir kırsal alan kalkınma stratejisi olarak görülmektedir.

WCED, sürdürülebilir kalkınmayla ilgili Brundtland raporunu²⁵⁹ yayınladıktan sonra, başlangıçta turizm sektörünün sürdürülebilir kalkınma kavramını kabul etmesi, kendisini petrol rafinerileri, demir-çelik işletmeleri gibi doğayı kirleten bir sektör olarak görmediğinden yavaş olmuştur. Ancak 1990'lı yılların başlarında bu tutum hızla değişerek sürdürülebilir turizm kavramı turizm sektöründe de kabul edilmiştir. WCED, üçüncü dünya ülkelerinin kalkınması konusunu, daha çok zengin ülkelerin yol açtığı çevre sorunları ile birleştirerek ele almıştır. Geri kalmış üçüncü dünya ülkeleri aşırı nüfus artışı ve yoksulluk nedeniyle sorunlar yaratırken, gelişmiş sanayi ülkeleri de doğal çevrenin bozulmasına ve kaynakların kıtlaşmasına yol açmaktadır. “Her iki sorun da eşit değerde insan yaşamını tehdit etmektedir. Küreselleşen bir dünyada doğal kaynakların korunması ve barışın sağlanması ancak kalkınmanın yaygınlaştırılması ile olasıdır”²⁶⁰.

1990'lı yılların başlarında çevre üzerine yapılan tartışmalar hız kazanarak gündemde öncelik kazanmıştır. Fosil yakıtların yanmasından kaynaklanan karbon dioksit emisyonuna dikkatlerin çekilmesi turizm sektörünü de etkilemiştir²⁶¹. Çünkü ulaştırmada tren, otobüs, uçak gibi taşıtlar fosil yakıtları kullanmaktadır ve turizm

²⁵⁹ 1983 yılında yayınlanan ve WCED'nin başkanı Gro Harlem Brundtland'ın adıyla bilinen raporda çevre sorunlarının küresel olduğu ve sürdürülebilir kalkınma için politikaların oluşturulmasının tüm ulusların ortak çıkarına olduğu kabul edilmiştir. Raporda çeşitli kaynaklarda çok sık atıfta bulunulan sürdürülebilir kalkınmanın tanımı yapılmakta ve bunun başarılabilmesi için yapılması gerekli politika değişikliklerinden söz edilmektedir. Geniş bilgi için bkz. Brundtland Commission Report, <http://worldsustainability.pbworks.com/w/page/15443507/Brundtland-Commission> (04.07.2011).

²⁶⁰ Turgut Öztürk ve Murat Mengüloğlu, “Sürdürülebilir Kalkınmada Fiziksel Kırsal Alan Planlaması”, **OMÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi**, 23(3), 2008 s.210.

²⁶¹ Jan van der Straaten, “Sustainable Tourism and Policy”, **Tourism, Leisure and Community Development International Conference**, Portugal, 4-6 September 1997, s.2.

sektöründeki trafiğin gelişmesine bağlı olarak fosil yakıt tüketimi de artış göstermiştir. Sürdürülebilir kalkınmanın gereği olarak fosil yakıtların tüketimini azaltma çağrısı bu kavramın sektör tarafından benimsenmesinde önemli rol oynamıştır. Avrupa Birliği'nin 1992 de çıkardığı "Beşinci Çevre Eylem Planı"nda da sürdürülebilirlik, ulaştırma ve turizm ele alınmakta, çevre ve turizm bütünleştirilerek, öncelikli eylemlerin altı çizilmektedir²⁶².

Talep cephesinden bakıldığında ise birçok turistin çevreye ilişkin tutumu, çevreci akımların da etkisiyle değişmeye başlamıştır. Talepteki bu değişimler sektörü de etkilemiş ve sürdürülebilir turizm bu gereksinimleri karşılayabilecek temel bir ilke olarak kabul edilmiştir. Ayrıca 1980'li yıllardan itibaren turizm sektöründe, özellikle kitle turizmi pazarında, talepte azalma görülmeye başlanmıştır. Turistler sadece güneş, kum ve deniz üçlüsü ile yetinmemekte, doğa, çevre, yeni yerler, yeni fırsatlar ve deneyimlerin ön plana çıktığı tatil ve dinlenme kavramı farklı bir anlam kazanmaya başlamaktadır. Talebinin daralmasını istemeyen turizm sektörü müşterilerin tercihlerindeki bu değişimleri dikkate alarak, sürdürülebilir turizm kavramını bir pazarlama aracı olarak benimsemiş ve sürdürülebilir turizm kavramı sektörde gelişme göstermiştir.

2.7.2. Tarımsal Turizmin Kırsal Alanlarda Yoksulluğun Azaltılmasına Olan Olumlu Katkısı

AB'nde üye ülkelere göre ve yıldan yıla değişmekle birlikte, kırsal alanlardaki toplam hane gelirinin yaklaşık yarısı ile üçte ikisi arasında bir kısmı çiftçilikten gelmektedir. Tarımsal hane toplam geliri, çiftçilikten elde edilen gelire oranla daha duranıdır. Tarım dışından elde edilen gelirler, çiftçilikten elde edilen gelire göre yıldan yıla daha az değişme göstermektedir²⁶³. Tarımdan elde edilen gelirin yıldan yıla değişme göstermesi, çiftçileri tarım dışı faaliyetlere yöneltmektedir.

²⁶² Agenda 21 European Union, "Economic Aspects of Sustainable Development the European Union", <http://www.un.org/esa/agenda21/natlinfo/countr/ec/Eco.htm#tour>. (23.04.2011).

²⁶³ Sznajder, Przeborska ve Scrimgeour s.17.

“Batı Avrupa’da kırsal kesimde çiftçilerin yoksulluğu kronik bir sorun olarak görülmektedir”²⁶⁴. Örneğin “İspanya’da nüfusun %65’i kırsal kesimde yaşamaktadır ve tarım sektörünün toplam kırsal gelirin içindeki payı sadece %15,9’ dur”²⁶⁵. Tarımdan elde edilen gelirin payının düşük olması ve bu gelirin yıldan yıla değişme göstermesi, kırsal alanlarda giderek daha fazla oranda tarım dışı alanlarda çalışılmasına neden olmaktadır. Gelir getirici faaliyetler içinde tarımın rolünün azalması sadece İspanya için geçerli olmayıp, Avrupa genelinde görülmektedir. AB’nde kırsal kesimde yaşayanlar gelirlerini artırabilmek için çiftlik içinde veya dışında birden fazla sayıda faaliyete yönelebilmektedirler. Bu nedenle, “İspanya’da tarım dışı faaliyet gösteren kuruluş sayısı 2005 yılında 36.342’ye ulaşmıştır. Bu sayının az olmasına rağmen, gelirin çeşitlenmesi eğilimi artmaktadır ve bu faaliyetler kırsal hane gelirine önemli bir katkı yapmaktadır”²⁶⁶. Polonya gibi eski demir perde gerisi ülkelerde ise turizm, sosyalizm sonrası entegrasyonu sağlayan bir unsur olarak görülmekte ve eski olanaklara yeni kullanım alanları yaratarak istihdam arttırılmakta, ek gelir sağlanmakta ve kırsal alanlara ekonomik istikrar kazandırılmaktadır.

OECD’nin verilerine göre (Tablo 20), 2006 yılında Avusturya’da tarımda çalışanların yaklaşık yarısı tarım dışı faaliyetlerde bulunmaktadır ve bunların işletme hane gelirinde tarım dışı faaliyetlerinin payı yaklaşık %47 civarındadır. Fransa’da kırsal kesimde toplam hane geliri içinde tarımın payı 1997 yılında % 67 iken, 2003 yılında % 53’e düşmüştür. Benzer şekilde, İrlanda da kırsal kesimde hane geliri içinde tarımın payı giderek azalmakta, 1995 yılında %51 olan oran, 2005’de %32’ye kadar düşüş göstermiştir. Yeni üyelerden Polonya’da kırsal kesimde hane geliri içinde tarım dışı gelirler 2000 yılında %27 iken, 2006 yılında %33’e yükselmiştir. Tablo 20 de görüldüğü gibi, tüm AB ülkelerinde toplam gelirin içinde tarımdan elde edilen gelirler yıllar itibariyle azalma gösterirken, tarım dışı faaliyetlerden elde edilen gelirlerde bir artış göze çarpmaktadır.

²⁶⁴ Kristina Brscic, “The Impact of Agrotourism on Agricultural Production”, **Journal of Central European Agriculture**, Volume 7, No 3, 2006, s.559.

²⁶⁵ OECD, Trade and Agriculture Directorate, “The Role of Agriculture and Farm Household Diversification”, 2009 (Farm), <http://www.oecd.org/dataoecd/35/48/43245602.pdf> (11.01.2011), s.21.

²⁶⁶ OECD (Farm), s. 20.

Tablo 20: Bazı AB Ülkelerinde Çiftliklerde Hane Gelirinin Bileşimi (%)

Ülkeler	Yıllar	Çiftçilik	Tarımdışı Faaliyet	Yatırım ve Emlak	Transferler	Diğer Kaynak	Toplam
Avusturya	2004-06	53	30	nri	nri	17	100
	1995-97	63	22	nri	nri	15	100
Danimarka	2004-06	42	43	7	7	0	100
	1996-08	47	34	11	8	0	100
Finlandiya	2000-05	27	42	18	13	0	100
	1996	28	39	17	16	0	100
Fransa	2003	53	31	9	8	0	100
	1997	67	19	6	8	0	100
Almanya	2003/4-05/06	80	nri	nri	nri	20	100
	1995/6-97/98	85	nri	nri	nri	15	100
İrlanda	2004-05	32	45	2	19	2	100
	1995	51	31	2	13	3	100
	1987	49	24	2	19	6	100
Hollanda	2004-06	74	11	nri	nri	15	100
	1996	73	nri	nri	nri	27	100
Polonya	2003-06	67	8	nri	0	21	100
	1998-00	73	2	nri	0	22	100
İngiltere	2002/3-04/06	40	28	21	11	0	100
	1995/6-97/98	53	18	21	8	0	100
	1985/6-87/80	57	19	20	5	9	100

Kaynak: OECD (Farm), s.94.

nri: bağımsız bir şekilde kaydedilmemiş.

AB ülkelerinde teknolojinin gelişmesi ve yenilikler tarımı modernleştirdikçe, bu gelişmelere ayak uyduramayan küçük ölçekli geleneksel aile işletmeleri yaşamlarını sürdürme gücünü yaşamaktadır. Ayrıca değişen AB tarım politikası ve devletlerin verdikleri finansal desteklerin giderek azalması da çiftçileri yeni arayışlara ve faaliyetlerini çeşitlendirmeye yöneltmektedir. Tarımsal turizm bu açıdan tüm aile üyelerine yeni iş olanakları yaratan bir faaliyet alanı olarak görülmekte ve mevcut kırsal kaynaklardan en iyi şekilde yararlanılmasını sağlamaktadır.

AB ülkelerinde kırsal alanların tarımdan elde ettikleri gelirlerin azalması ve yoksulluğun artması, tarımsal turizmi yeni gelir kaynaklarına ulaşılması açısından önemli kılmaktadır. “Çiftçilikten elde edilen geliri arttırmak açısından fırsatlar sunmakta ve hanehalkının istihdam olanaklarını genişletmektedir”²⁶⁷. Tarımsal

²⁶⁷ Dennis M. Brown and Richard J. Reeder, “Farm-Based Recreation, A Statistical Profil”, USDA, A Report From the Economic Research Service, s.1. www.ers.usda.gov.

işletmelerde gerçekleştirilen tarımsal turizm ek gelir olanağı sağlayarak aile üyelerinin çiftlik dışında iş arama zorunluluğundan da onları kurtarmaktadır. Telfer’de araştırmasında tarımsal turizmin yeni iş olanakları yarattığını ve ürünlerin pazarlama fırsatlarını arttırdığını saptamıştır”²⁶⁸. “Avrupa Komisyonun Kırsal Kalkınmaya ilişkin stratejik rehberinde, tarımsal turizmin, el sanatları ve diğer kırsal faaliyetlerin birçok bölgede sektörü büyüttüğü ve çiftlik faaliyetlerini çeşitlendirerek kırsal ekonominin gelişmesini ve küçük işletmelerin kalkınmasını sağladığı belirtilmektedir”²⁶⁹. “Eurostat’ın verilerine göre, 2005 yılında Avrupalı çiftçilerin %36’sının tarımın dışında kazançlı bir faaliyeti bulunmaktadır ve bu İsveç, Slovenya, Kıbrıs, Malta ve Almanya gibi bazı ülkelerde %50’den bile daha fazladır”²⁷⁰.

Tarımsal turizm, temel sektörlerden biri olan tarımın yeniden yapılandırılması ve küçük ölçekli tarım işletmelerinin faaliyetlerini çeşitlendirerek, düşük fiyatlar ve artan rekabete karşı onları koruyarak, kırsal alanları canlandırmaktadır. Kırsal alanların yeniden yapılandırılması ve turizme yönelmesi küçük işletmeler üzerinde önemli etkiler yaratmakta, bu işletmeler faaliyetlerini çeşitlendirerek aynı zamanda gelirlerini de güvence altına almaktadırlar. Bu nedenle tarımsal işletmeleri turizme yönelten temel faktörün, gelirlerinin sadece tarıma dayalı olmaması arzusundan kaynaklandığı söylenebilir.

Avrupa Komisyonuna göre, 2001 yılında 15 üyeli AB ortalamasında tarım dışı faaliyetlerden sağlanan gelirlerin %30’u tarımsal turizmden sağlanmaktadır”²⁷¹. “Avrupa Komisyonu, Kırsal Kalkınma Programında, tarımsal turizmin gelişmesi için bir dizi öncelikler yer almakta ve önemli bölgelerin listesi yapılmaktadır”²⁷². Tarımsal turizmden sağlanacak kazancın arttırılması üzerinde durulmakta, bunun sağlanabilmesi için personel başına düşen gelirin arttırılması, daha uzun sezon, yüksek kalite, daha iyi hizmet ve eğitim programlarının önemi vurgulanmaktadır.

²⁶⁸ David J. Telfer, Agritourism-A Path to Community Development”, **Tourism and Sustainable Community Development**, der. Greg Richards and Derek R. Hall, GBR, Routledge, London 2000, ss.261-273.

²⁶⁹ European Commission (Rural).

²⁷⁰ Sznajder, Prezezborska ve Scrimgeour, s.20.

²⁷¹ Brscic, s.559.

²⁷² European Cmmission (Rural).

Özellikle pazarlama faaliyetinin etkinliğinin artırılması bakımından, pazarlama eğitime gereksinim bulunduğu belirtilmektedir.

Tarımsal turizm, kırsal alanlarda tarım işletmelerinin kalkınmasını hızlandıran iyi bir model oluşturmaktadır. Geniş anlamıyla tarımsal turizm; tarımsal ürünlerin üretilmesi, toplanması, bunlardan mamül ürünlerin üretilmesi veya işlenmesi, satışı gibi hizmetleri içerdiğinden, tarımsal ürünlerin ve bunlardan elde edilen gıda maddelerinin üretiminin gelişmiş olduğu ülkelerde, tarımsal turizm kırsal kesimin geliştirilmesi açısından hayati bir önem taşımaktadır. Çevre korumayı desteklemesinin yanı sıra, ürettikleri ürünlerin ve işletmelerin de değerini arttırmaktadır. “*Tarımsal turizm, tarımsal çiftliklerin çok fonksiyonlu ekonomik kalkınması ve kırsal alanların çok fonksiyonlu kalkınması*“ olarak bilinen Avrupa Birliği ülkelerinin sosyal, tarımsal ve ekonomi politikasının temel konusunu oluşturmaktadır”²⁷³.

2.7.3. Kırdan Kente Göçün Durdurulması ve Azaltılması

Kırsal alanlarda tarımdan elde edilen gelirin azalması ve yoksulluğun artması kırsal alanlardan kente göçü de arttırmaktadır. Çiftliklerin sayısındaki azalma da bu süreçte rol oynamaktadır. “27 üyeli AB’de ülkelere göre değişmekle beraber, 2003 yılında 15.021.000 olan çiftlik sayısı 2005 yılında 14.478.600’e (%9,1) düşmüştür”²⁷⁴.

Kentleşme, kırsal alanların tersine kent nüfusunun devamlı artmasıdır. Birleşmiş Milletler(BM), kentleşmeyi kırsal alanlardan kente yapılan göçün sonucu olarak nüfusun büyümesi olarak tanımlamaktadır. BM’e göre, 1950’li yıllarda dünya nüfusunun sadece %30’u kentlerde yaşarken, şu anda nüfusun yaklaşık yarısı, 2030 yılında ise üçte ikisinin kentlerde yaşayacağı öngörülmektedir. BM “*World Populations Prospects*” raporunda gelişmiş bölgeler ile gelişmekte olan bölgeler arasında kentleşme oranlarında farklılık olacağı belirtilmekte ve gelişmiş bölgelerde

²⁷³ Leonardo da Vinci, Project Agreement n 2004 EL/04B/F/PP-148258, s.2.

²⁷⁴ Eurostat, “Farm Structure”.

kentleşme oranının 2030 yılında % 84'e ulaşacağını öngörmektedir²⁷⁵. Avrupa'da kentleşme ve kırsal alandan kente göç incelendiğinde de benzer bir yapı göze çarpmaktadır. 1950 ve 2000 yılları arasında kırsal alanın nüfusu azalırken, kentsel alanın nüfusu artmaktadır. 2030 yılında Avrupa nüfusunun % 84'ünün kentsel alanda yaşayacağı tahmin edilmektedir. Bir alanın kentsel olarak nitelenmesinde genellikle iki faktör önem kazanmaktadır. Birincisi, nüfusu 500.000'in üzerinde olmalıdır. İkincisi ise kentsel alanın nüfus yoğunluğu en az km² başına 400 kişi olmalıdır. "AB'nde Londra ve Paris olmak üzere iki büyük kentsel alan bulunmaktadır. Bu kentlerin nüfusu metropol alanlarıyla birlikte 10 milyonu aşmaktadır ki, bu nüfus bazı AB üye ülkelerin nüfusundan bile daha fazladır"²⁷⁶. Ayrıca, AB ülkelerinde kırsal nüfusun tamamının tarımla uğraşmadığı belirtilmelidir. Tarımla uğraşan nüfusun yüzdesi, çiftliklerin sayısının azalmasına bağlı olarak kırsal kesimde yaşayan nüfusun yüzdesinden daha hızlı azalmaktadır. Kırsal alanlardan kente daha çok çiftçi ailelerin genç üyeleri göç etmektedir. "Birçok çiftçi ailesi, genç aile üyelerinin çiftlikte kalma yollarını aramakta ve tarımsal turizmi gelir kaynağı yaratarak gençlerin göç etmesini önleyecek bir strateji olarak görmektedir"²⁷⁷.

Kentleşmenin artması ve kırsal alanda tarımla uğraşan nüfusun azalması giderek daha yüksek oranda insanın kırsal alanlardan uzaklaşacağını ve hiç tarım ürünü üretmeyeceğini göstermektedir. Kentleşmenin neden olduğu tarım kültürüyle temasın giderek azaldığı bu eğilim, yakın bir gelecekte dünyada kırsal alanlara daha büyük bir ilginin ortaya çıkacağını düşündürmektedir. Çünkü doğayla, tarım, hayvancılık ve kırsal alanlarla temas etmek doğal ve duygusal bir insan ihtiyacıdır. Tarımsal turizm, tarımda çalışanlara ek gelir sağlayarak kırsal alanlardan kente göçü azaltacağı gibi, aynı zamanda kentte yaşayan insanları da duygusal ihtiyaçlarını gidermeleri için çekmektedir.

²⁷⁵ Geniş bilgi için bkz. UN, World Populations Prospects, The 1999 Revision , Key Findings", <http://www.un.org/esa/population/pubsarchive/urbanization/urbanization.pdf> (11.01.2011).

²⁷⁶ Eurostat , Regional Yearbook 2010, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2010 s.37.

²⁷⁷ N. P Nickerson, R. Black ve S. M.cCool, "Agritourism: Motivations Behind Farm/Ranch Business Diversifications", **Journal of Travel Research**, Vol.40., August 2001, s.20.

2.7.4. Çiftçilere Ek Gelir Sağlaması ve Kredilerin Ödenmesine Yardımcı Olması

AB yapısal politikasının en önemli unsurlarından biri, kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi yoluyla kırsal alanlarda sürdürülebilir kalkınmanın korunması ve yaşam kalitesinin geliştirilmesi odaklı kırsal kalkınmanın desteklenmesidir²⁷⁸. Tarımdaki dalgalanmalar nedeniyle çiftçilerin düzenli bir gelir kaynağına sahip olmaması ve istihdam olanaklarındaki azalma, kırsal alanlarda yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Yaşam kalitesi, tarımsal turizm, el sanatları, üretilen ürünlerin işlenmesi, perakendecilik gibi tarımsal ve tarım dışı ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve yeni iş olanaklarının yaratılmasıyla geliştirilebilir. “Tarımsal turizm tarımdan gelir elde eden çiftçi ailelerine ek gelir olanakları yaratmaktadır. Bu açıdan, gelir ve iş fırsatları sağlayan küçük ölçekli işletmelerin varlığını sürdürerek kırsal çevrenin de korunması için değerli fırsatlar yaratmaktadır”²⁷⁹. Çiftlikte çalışan aile üyelerine ek gelir sağlayarak onların çiftlik dışında iş aramalarını da önlemiş olmaktadır. Mace; “çiftçileri tarımsal turizme yönelten faktörleri araştırdığında, kişisel tatmin, yeni insanlarla karşılaşma isteği gibi sosyal faktörlerin yanı sıra, yetersiz çiftlik geliri, yeni gelir kaynakları elde etme ve çiftlikte kalıp çalışma isteği gibi ekonomik faktörlerin de aynı ölçüde etkili olduğunu bulmuştur”²⁸⁰.

Ülkelere göre değişmekle birlikte, AB’nde tarım dışı faaliyetler arasında en yaygın olarak tarımsal turizm, el sanatları, gıda ve ağaç işleme, bahçe işleri, müteahhitlik, yenilenebilir enerji ve su kültürü gibi faaliyetler yer almaktadır. Örneğin “Avusturya’da çiftliklerde tarım dışı faaliyetler arasında tarımsal turizmin payı %35 olup, %44 oranında tarımsal gıda işlemeciliği yapılmaktadır”²⁸¹ ki, bu da tarımsal turizmin Avusturya’da çiftçilerin alternatif ve ek gelir kaynakları arasında vazgeçilmez olduğunu göstermektedir. Fransa’da tarımsal turizmin en geleneksel şekli 1950’li yıllarda başlayan “pansiyonculuk”tur. Tarımsal turizm özellikle

²⁷⁸ S. Buday, Z. Federicova ve R. Vajcikova, “Diversification of farm Business”, **Agricultural Economy**, 55 (2), Czech 2009, s.77.

²⁷⁹ Nevin Akpınar ve diğerleri, “Rural Women and Agrotourism in the Context of Sustainable Rural Development: A Case Study from Turkey”, **Kluwer Journal**, 6, 2004. s.475.

²⁸⁰ David Mace, “Factors Motivating Agritourism Entrepreneurs”, http://www.agmanager.org/events/risk_profit/2005/Mace.pdf (24.06.2009).

²⁸¹ OECD (Farm), s. 17.

Alp'lerin bazı kesimlerinde ve Güney Fransa'da oldukça yaygındır. Manzara, peyzaj, kültürel miras gibi unsurlar tarımsal turizmin gelişimi açısından önemli olduğundan, Almanya'da güney bölgesi ve kuzey Almanya'nın kıyı bölgeleri tarımsal turizm açısından en uygun bölgeler olarak görülmektedir. Çiftliklerin yarısından fazlasında tarım dışı istihdam yapılmaktadır. "İngiltere'de ise kazanç getirici diğer faaliyetleri olan işletme oranı AB ortalamasından yüksek olup, 27 üyeli AB'de bu oran %13,3 iken, İngiltere'de %27,1 dir. Bunların içinde tarımsal turizm, el sanatları ve çiftlik ürünlerinin işlenmesi %13,8 ile en yüksek orana sahiptir"²⁸². Aşağıdaki Tablo 21 AB ülkelerinde çiftlik turizmi yapan tarım işletmelerinin sayısını ve 2000 ile 2005 yılları arasında işletmelerin sayısındaki değişmeyi göstermektedir. Çiftlik turizmi yapan tarım işletmeleri en yoğun olarak İngiltere, Fransa, Almanya, Avusturya ve İtalya'da bulunmaktadır. İspanya, İrlanda ve Finlandiya'da işletme sayılarında 2000 ile 2005 yılları arasında azalma ortaya çıkarken, diğer ülkelerde artış görülmektedir. En fazla artış ise, İtalya, Slovakya, Polonya, İsveç ve Portekiz'de görülmektedir. İngiltere'de de 2000-2005 yılları arasında %44 oranında bir artış olmuştur. "2005-06 yıllarında İngiltere'de tam zamanlı çalışan çiftçilerin yarısı, çeşitlendirilen faaliyetlerden gelir elde etmektedir"²⁸³. "Birçok çiftçi bugün çiftlik faaliyetlerini çeşitlendirerek, turistler için tasarlanan ürün ve hizmetler üreterek kar yapmaktadır"²⁸⁴.

²⁸² OECD (Farm), s. 40.

²⁸³ Christopher Barclay, "Farm Diversification, Countryside and Planning", 27 March 2009, <http://www.parliament.uk/briefingpapers/commons/lib/research/briefings/snsc-03158.pdf> s.2.

²⁸⁴ Diane Kuehn ve diğerleri, **Considerations Agritourism Development**, NY Sea Grant, 2000, SUNY Oswego, s.3.

Tablo 21: Çiftlik Turizmi Yapan Tarım İşletmelerinin Sayısı (2000-2005)

	İşletme Sayısı		
	2000	2005	% Değişim
Avusturya	12 630	12 790	1,3
Belçika	430	430	0.0
Çek Cumhuriyeti	340	360	5.9
Danimarka	330	440	33.3
Finlandiya	2 350	2 050	-12.8
Fransa	17 339	17 790	2.7
Almanya	14 460	14 990	3.7
Yunanistan	630	700	11.1
Macaristan	1 110	1 200	8.1
İrlanda	1 360	1 150	-15.4
İtalya	3 070	12 700	313.7
Lüksemburg	50	60	20.0
Hollanda	2 240	2 860	27.7
Polonya	4 940	9 150	85.2
Portekiz	440	790	79.5
Slovakya	60	150	150.0
İspanya	10 410	4 600	-55.8
İsveç	1 240	2 270	83.1
İngiltere	22 320	32 140	44.0
EU 15	88 850	105 760	23.2
EU 19	92 300	116 620	26.3

Kaynak: OECD (Farm), s.83.

Çiftçilerin gelirlerinin azalması, banka borçlarını ödemelerini de zorlaştırmaktadır. Kredilerin zamanında ödenebilmesi çiftçilerin düzenli gelirlerinin olmasına bağlıdır. Çiftçilerin tarımdan elde ettikleri gelirlerin azalmasının nedenleri çeşitlidir. Talebin azalmasına bağlı olarak üretimin azalması, kapasite kullanım oranlarının düşmesi ve buna bağlı olarak maliyetlerin artması, işsizlik oranlarındaki artış, bütçeden tarıma ayrılan desteklerin kısıtları, küresel ısınma ve iklim değişiklikleri ve dolaylı olarak genel ekonomik koşullardaki olumsuzluklar çiftçi gelirlerini azaltmaktadır. Özellikle AB fiyatlarının dünya fiyatlarının üzerinde olması durumunda çiftçilere verilen teşviklerin sınırlı kalması, AB’nde tereyağı dağlarının veya şarap göllerinin oluşmasına neden olabilmektedir.

Tarımsal turizm çiftçilere çiftlik dışına çıkıp iş aramak zorunda kalmadan ek gelir olanakları sağlayarak, borçlarını zamanında ödeyebilme ve rekabet edebilme

yeteneği kazandırmaktadır. Çiftçilerin gelirleri devlet teşvikleriyle değil, çiftliklerin rekabet edebilme yeteneğinin geliştirilmesiyle arttırılmalıdır. AB'nin politikası çiftçiye teşvik vererek desteklemekten ziyade, kendi işinden kazanmasını sağlayarak desteklemek olduğundan, tarımsal turizm kırsal alanlarda önemli bir stratejidir.

2.8. AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TARIMSAL TURİZM UYGULAMALARI

AB'nde tarımsal turizmin başarılı olması büyük ölçüde hükümetlerin tarımsal turizm uygulamalarını desteklemelerine bağlıdır. Üye ülkeler tarımsal turizmi destekleyen devlet örgütlerine sahiptir ve tarımsal turizme katılan çiftçilere finansal destek sağlayarak tarımsal turizmi geliştirmektedirler. Böylece ekonomik darboğaza giren çiftlikleri destekleyerek çiftçilerin asal işleri olan çiftçiliğe devam etmelerini ve çiftliklerin ayakta kalmasını sağladıkları gibi, kırsal ekonominin yaşamasını ve kırsal bölgelerin güzelliğini ve bütünlüğünü de sağlamaktadırlar. Öte yandan turistlerin talepleri de devamlı olarak değişme göstermektedir. Ulaştırma olanaklarının gelişmesi ve hızlanmasına paralel olarak, refahın ve boş zamanın artması, insanların endüstrileşmiş kentlerden kırsal alanlara yönelmelerine neden olmaktadır. Turistler daha kaliteli bir çevreyi, kentleşmemiş kırsal alanları, korunmuş doğal kaynakları, tarihsel ve kültürel değerleri olan yerleri daha çok talep etmekte, bu da tarımsal turizme olan talebi artırmaktadır.

Aşağıdaki kısımda önce AB'nde tarımsal turizmi destekleyen fonlar incelenmekte, daha sonra bazı AB ülkelerindeki tarımsal turizm uygulamalarına yer verilmektedir.

2.8.1. Üye Ülkelerde Tarımsal Turizm Faaliyetlerinin Finansmanı ve Avrupa Birliği Fonları

Avrupa Birliği tarımsal turizmi, kırsal kalkınmanın ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamanın ve çevresel kültürel mirası korumanın bir yolu olarak kabul etmekte ve kırsal kalkınmayı desteklemek için farklı programlar altında tarımsal turizm projelerinin finansmanını sağlayabilmek için bazı fonlar başlatmaktadır”²⁸⁵. Kırsal kalkınmayı destekleyen bu fonlar, ürünlerin satışından sağlanan vergiler, üye ülkelerin GSYİH’larından aktarılan yüzdeler, gümrük vergilerinden oluşan AB genel fonundaki gelirlerden sağlanmaktadır.

Gündem 2000 raporu çerçevesinde yapısal fonlarda önemli reformlar yapılmış ve hedef bölgelerin sayısı üçe indirilmiştir. Hedef 1 ve Hedef 2 bölgesel nitelikte olup, Hedef 3 insan kaynakları temelinde finansal kaynak sağlamaktadır. Bu yapısal fon reformundan sonra AB harcamalarının en önemli kısmı, yapısal zayıflıkları olan bölgeleri esas alan ve kırsal bölgelerdeki kalkınma politikalarına ilişkin uygulamaları içeren “*hedef 1*”e yönlendirilmiştir. “Özellikle güney Avrupa ülkelerinde kırsal alanlara yönelik fonlar, büyük ölçüde çiftliklerin modernizasyonu, pazarlaması ve daha az tanınan bölgeler, bölgesel önlemlere (Hedef 1 alanları, 5b, ve 6 ve LEADER gibi Topluluk Girişimleri) verilen hibeler gibi yatay önlemleri içeren çok yıllık programlar aracılığıyla, OTP’nın Tarım Fonları ile ya pazar ve çiftlik gelirlerini desteklemek için Garanti kısmından ya da yapısal kırsal kalkınma için Yönlendirme kısmından verilmeye devam etmektedir”²⁸⁶. Hedef 1 kapsamında turizm konusunda belirlenen öncelik alanları şunlardır²⁸⁷:

- Turizm altyapısının modernleştirilmesi ve etkinliğinin artırılması,
- Sektörün gereksinimlerinin ve turistlerin beklentilerinin daha iyi karşılanabilmesi için çalışanların profillerinin ve becerilerinin geliştirilmesi,

²⁸⁵ European Commission, “Leader+magazine; Special Focus Making the Best Use of Natural and Cultural Resources”, **Publication Office**, 4. 2006, s.11.

²⁸⁶ Demetrios Psaltopoulos ve diğerleri, “Rural-Urban Impacts of CAP Measures in Greece: An Inter-regional Sam Approach”, **Journal of Agricultural Economics**, Vol.57, No.3, 2006, s.442.

²⁸⁷ European Commission, “Objective 1 in Support of Commerce and Tourism Making Best Use of Structural Funds, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/structural_funds/sf_object_en.pdf (18.07.2010), s.3.

- Turizm zincirinde yer alan farklı hizmetlerin bütünleştirilmesi için işletmeler arası işbirliğinin ve kamu-özel sektör işbirliğinin ve ağların teşvik edilmesi.

AB’nde her genişleme bölgesel farklılıkları ortaya çıkarmıştır. Özellikle 2004 yılında gerçekleştirilen genişleme ile farklılıklar çok daha fazla büyümüştür. GSYİH düzeyleri her hedef düzeyinde bölgesel eşitsizlikler olduğunu göstermekte ve büyüme oranlarında da bölgesel değişimler bulunmaktadır. AB üyelerinde kırsal ve kentsel alanlar arasındaki bu eşitsizlikler genellikle genişlemenin sonucu olarak artmaktadır.

Aşağıdaki kısımda AB yapısal fonları altında, Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ABKF), Avrupa Sosyal Fonu (ASF), Kırsal Alanlar İçin Avrupa Tarımsal Fonu (KAİATF) ve Avrupa Balıkçılık Fonu (ABF) ve LEADER (Liason Entre Actions de Developpment de L'economie Rural: Kırsal Ekonominin Geliştirilmesine Yönelik Eylemler Arasındaki Bağlantılar) incelenmektedir.

2.8.1.1. Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ABKF)

ABKF’nun hedefi bölgesel dengesizlikleri ve farklılıkları ortadan kaldırarak üye ülkelerdeki ekonomik ve sosyal uyumu güçlendirmeye çalışmaktır. Altyapı ve ekonomik kalkınmaya ihtiyacı olan bölgelere daha rekabetçi olabilmeleri için kaynak sağlamaktadır. Bu amaçla “ABKF, *“diğer alanlarla bağ kurma”*, *“bölgesel rekabet ve istihdam”* ve *“Avrupa bölgesel işbirliği”* konuları üzerine yoğunlaşmaktadır”²⁸⁸.

Diğer alanlarla bağ kurma: Bu hedef altında ABKF, çevre, turizm, kültür, ulaştırma, eğitim, teknolojik gelişme, bilgi toplumu, yenilik, girişimcilik gibi diğer alanlarla bağ kurarak ekonomik yapının modernizasyonu ve çeşitlendirilmesini amaçlamakta ve kapasitenin güçlendirilmesi ve bütünleştirilmiş bölgesel ve yerel ekonomik kalkınmanın sürdürülebilirliği üzerine yoğunlaşmaktadır. Özellikle dağlık,

²⁸⁸ Official Journal of European Union, Regulation (EC) No 1080/2006 of The European Parliament and of The Council on the European Regional Development Fund and Repealing (EC) NO 1783/1999, 5 July 2006.

uzak ve nüfus yoğunluğu düşük bölgelere öncelik vererek ekonomik büyümeyi uyarmaya ve sürdürülebilir iş olanakları yaratmaya çalışmaktadır. Her üye ülkede onun özelliklerine bağlı olarak uygun politika öncelikler çerçevesinde belirlenmektedir.

Bölgelerin rekabet gücünü ve istihdam olanaklarını geliştirmek: Bu amaçla, ABKF, istihdamı geliştirmek ve sürdürülebilir iş olanakları yaratırken aşağıdaki sürdürülebilir kalkınma stratejileri üzerine yoğunlaşmaktadır. Araştırma ve teknolojik gelişme kapasitesini güçlendirmeye, yenilik ve bilgiye dayalı ekonomi yaratmaya, kirliliği önlemeye, enerji etkinliğini arttırmaya, şehirlerarasında temiz kamu taşımacılığını geliştirmeye, doğal ve teknolojik riskleri önlemeye özellikle ulaştırma ve telekomünikasyonu genel ilgi alanına sokmaya çalışmaktadır.

Avrupa bölgesel işbirliğini sağlamak: Bu amaçla, ABKF ortak sınır ötesi ekonomik, sosyal ve çevresel faaliyetlerin gelişmesi üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu kapsamda turizm, kültür ve dış ticarete özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişmesini sağlayarak girişimciliğin özendirilmesi, doğal ve kültürel risklerin önlenmesinin yanı sıra ortak kaynakların korunmasının sağlanması, kırsal ve kentsel alanlar arasındaki bağların güçlendirilmesi, ulaştırma, bilgi ve iletişim ağlarına girişin kolaylaştırılması ve sınır ötesi su, enerji sistemleri ve olanakların geliştirilmesiyle izolasyonun azaltılması, özellikle sağlık, eğitim, kültür ve turizm sektörlerinde kapasitenin artırılması ve ortak kullanımın sağlanması üzerine yoğunlaşmaktadır. Denize kıyısı bulunan bölgeler arası işbirliğinin sağlanması ve bölgeler ve yerel yönetimler arasında bilgi ağlarının kurulması, deneyimlerin paylaşılması ve işbirliği yoluyla bölgesel politikaların etkinliğinin artırılmasına çalışmaktadır. “Özellikle, aşağıdaki konuların finansmanına katkı sağlamaktadır”²⁸⁹:

- Sürdürülebilir işleri yaratmak için özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerdeki yatırımlara doğrudan destek,

²⁸⁹ European Commission, 2007, “European Regional Development Fund (ERDF) (2007-2013)” 2007, http://www.europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/g24234_en.htm (12.06.2009).

- Araştırma, yenilik, telekomünikasyon, çevre, enerji ve ulaştırma başta olmak üzere altyapı yatırımları,
- Şehirler ve bölgeler arasındaki işbirliğini hızlandıran ve bölgesel ve yerel kalkınmayı destekleyen (sermaye risk fonları, yerel kalkınma fonları gibi) finansal araçlar,
- Teknik yardım önlemleri.

Defra'ya göre, “ABKF’nun 2007-2013 bütçesi 3.82 milyar Avro’dur. İngiltere’deki harcamaların önceliği yenilikleri ve bilgi transferini geliştirmek, girişimciliği özendirmek ve işletmelerin gelişmesini sağlamak, işletmelerin erişilebilirliği ve ağlara bağlanabilirliğini arttırmak, kalifiye ve uyum sağlayan işgücünü geliştirmektir”²⁹⁰. Yukarıda belirtilen konulardan ilk üç tanesi tarımsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde gerekli olan finansmanın sağlanmasında yararlı olmaktadır.

2.8.1.2. Avrupa Sosyal Fonu (ASF)

1957 yılında Roma Antlaşmasıyla kurulan ASF, Avrupa Birliği’nin insana yatırım yapan temel araçlarından biridir. ASF istihdamı desteklemekte ve kişilerin eğitimlerini ve niteliklerini geliştirmeleri için yardım etmektedir²⁹¹. AB’nin yapısal fonlarından biri olan ASF, üye ülkelerdeki refah düzeyindeki farklılıkları azaltmak ve ekonomik ve sosyal uyumu arttırmak amacıyla çalışmaktadır. Üye ülkelerde istihdamı geliştirme görevini üstlenen ASF, yeni ve küresel sorunlarla karşı karşıya kalan işgücünün ve işletmelerin daha donanımlı olmasına yardımcı olmaktadır. Bu amaçla fonlar özellikle ekonomik olarak az gelişmiş ülkeler ve bölgeler arasında dağıtılmaktadır. Yasal olarak oluşturulmuş özel ve kamu kuruluşları ASF’ye başvuruda bulunabilmektedir. “AB vatandaşlarına daha iyi iş olanakları ve nitelikler kazandırarak yaşam koşullarının iyileştirilmesinde, AB’nin 2020 büyüme stratejisinin önemli bir unsurudur. 2007-2013 döneminde bu hedefe ulaşmak için üye

²⁹⁰ Defra, “Section K.: The Structural Funds”, 2008, <http://www.defra.gov.uk/rural/rdpe/seckt.htm> (13.06.2009).

²⁹¹ European Commission 2009c, “European Social Fund”, http://www.ec.europa.eu/employment_social/esf/index_en.htm (13.06.2009).

devletler ve bölgeler arasında 75 milyar Avro dağıtılmaktadır”²⁹². ASF’nin stratejisi ve bütçesi üye devletler Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu arasında müzakere edilerek karar verilmektedir. Bu kapsamda yedi yıllık eylem programı taraflar arasında müzakere edilerek uygulamaya sokulmuştur.

1957 yılından başlayarak günümüze kadar dönemin gerektirdiği ülkelerin ve bölgelerin ihtiyaçlarına bağlı olarak farklı konuları ve bölgeleri fonlamaktadır. Örneğin, 1960 ile 1970’li yıllar arasında İtalya’nın güney bölgesinden daha sanayileşmiş olan kuzey bölgelere ve diğer bölgelere doğru yapılan kitlesel göçler, bu yıllarda İtalya’nın ASF kaynaklarından yeniden yerleşim ve yeniden eğitim amacıyla önemli miktarda hibe almasına neden olmuştur. 1970’lerden sonra gençler arasında işsizlik oranlarının artması ve çalışma hayatında kadınların rolünün artması bu grupların desteklenmesine yol açmıştır. 1980’li yıllardan sonra tarım ülkesi olan Yunanistan, İspanya ve Portekiz’de kişi başına düşen gelir AB ortalamasından daha düşük olması nedeniyle, kaynaklar bu ülkelerin geri kalmış kırsal alanlarına doğru yönlendirilmiştir. 1988 reformundan sonra, o zamana kadar üye devletlerin ulusal bağlamda belirlediği politikaların yerini üye devletler ve Komisyon arasında ortaklık temelinde belirlenmesine bırakmış ve 2000’li yıllarda ise Lizbon stratejisine uyarlanmıştır. “2010 yılında ASF’nin amacı, AB’nde genel istihdam oranını %70’e yükseltmek, kadınlarda ise %60’ın üzerine çıkarmaktır. Diğer bir hedef de daha yaşlı çalışanlarda istihdam oranını %50’ye ulaştırmaktır. Lizbon stratejisine ulaşmak için ASF, 2000-2006 döneminde aşağıdaki öncelikleri benimsemiştir”²⁹³:

- İşsizlik ile mücadele etmek ve önlemek için aktif işgücü piyasası politikaları,
- İşgücü piyasasına erişimde herkes için eşit fırsatlar,
- İşgücü piyasasına erişimin iyileştirilmesi, istihdamı geliştirmek ve iş hareketliliğini desteklemek için yaşam boyu öğrenme politikasının bir parçası olarak gelişmiş eğitim ve öğretim,
- Kalifiye, eğitilmiş ve uyarlanabilir iş gücü,

²⁹² European Commission, European Social Fund, (ESF)
http://ec.europa.eu/employment_social/esf/discover/esf_en.htm . (18.10.2010).

²⁹³ European Commission (ESF).

- Girişimcilik ve iş yaratma olanakları.

2007-2013 döneminde, ekonomik değişimler karşısında işçilerin, işletmelerin ve girişimlerin uyumunu artırmaya öncelik verilmektedir. Üye ülkeler Hedef 3 kapsamında ASF'den kaynak sağlamaktadır. Örneğin, İngiltere “2007-2013 yılları arasında yarısı ASF’undan diğer yarısı da ulusal hükümetlerden sağlanmak üzere toplam 4.6 milyar GBP yatırım yapmaktadır”²⁹⁴. Bu bakımdan ASF, kendi tarım alanlarında turizm faaliyetlerine başlamak amacıyla niteliklerini geliştirmek isteyen çiftçiler açısından tarımsal turizm faaliyetlerini destekleyen yararlı bir fon olarak görülmektedir.

2.8.1.3. Kırsal Alanlar İçin Avrupa Tarımsal Fonu (KAİATF)

Kırsal kalkınmaya etki eden diğer fonlardan birisi de KAİATF’dir. Bu fon 1962 yılında Ortak Tarım Politikası’nın hedeflerini gerçekleştirmek için gerekli finansmanı sağlamak amacıyla kurulmuş olan Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu (ATYGF)’nin yönlendirme kısmı yerine oluşturulmuştur. İki kısımdan oluşan ATYGF’nin Garanti kısmı, pazar ve fiyat politikasının uygulamalarından kaynaklanan harcamaları ve ortak pazar örgütlerinin harcamalarını finanse etmekteydi. Garanti kısmı; Hedef 1’e giren kırsal alanların yeniden yapılandırılması ve çeşitlendirilmesi, ekonomik ve sosyal refahın sağlanması, çevrenin ve kırsal mirasın korunmasını teşvik ederken, Hedef 1’in dışındaki alanlarda da kırsal kalkınma ile ilgili önlemleri desteklemiştir. Yönlendirme kısmı ise tarımda ve kırsal alanların geliştirilmesinde yapısal reformlara katkı sağlamış, çiftlik yapılarının geliştirilmesi ve belirli ürünlerin pazarlanması için gerekli finansmanı vermiştir. AB’nin köklü tarım politikasının dönüşümü çerçevesinde oldukça önemli bir işlev gören bu fon 1 Ocak 2007’den itibaren az gelişmiş alanlara yönelik olarak uygulanacak olan birkaç sınırlı önlem dışında yürürlükten kaldırılmış ve yerine

²⁹⁴ ESF, “European Social Fund in England 2007-2013”, http://www.esf.gov.uk/introduction_to_esf/ (13.06 2009).

Avrupa Tarımsal Garanti Fonu (ATGF) ve KAİATF şeklinde iki fon getirilmiştir²⁹⁵. (EC) No:1290/2005 tüzüğü ile Ortak Tarım Politikasının finansmanı sağlayan bu iki fondan ATGF üreticilere yapılan doğrudan ödemeleri, tarımsal ürünlerin fiyatlarının düzenlenmesi için alınan önlemler ve müdahaleler ile ihracat desteklerinin finansmanını sağlamaktadır. Tarımsal turizm açısından daha fazla önem arz eden KAİATF üye ülkelerdeki kırsal kalkınma programlarının finansmanında kullanılmaktadır²⁹⁶. Yapılan reformlardan sonra 2007-2013 dönemi için geçerli olan ve 96 milyar Avro olarak bütçelenen KAİATF'nin temel amaçları;

1. Gelişim yenilik ve yeniden yapılanmanın desteklenmesiyle tarım ve ormancılıkta rekabetin geliştirilmesi,
2. Toprak yönetiminin desteklenmesi ile çevrenin ve kırsal alanların geliştirilmesi,
3. Kırsal alanlarda yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ve ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesinin teşvik edilmesidir²⁹⁷.

2.8.1.4. Avrupa Balıkçılık Fonu (ABF)

ABF, AB balıkçılığı açısından oldukça yeni bir fondur. 2007-2013 program dönemi için 2006 yılında oluşturulmuştur. Fonun amacı balıkçılık alanlarının sürdürülebilir kalkınmasını desteklemektir. Balıkçılık kavramı düzenlemelerde “teknelerde yapılan balıkçılık” anlamında kullanıldığı için tarımsal turizm faaliyetleri bakımından daha az etkili bir fondur. Bununla birlikte denize kıyısı olan AB ülkelerinde balıkçılık turizm ekonomisine katkı sağlayan bir sektördür. Örneğin, İngiltere'nin balıkçılık endüstrisi özellikle balık mutfağıyla büyük bir üne kavuşan güney batı bölgesinde turizm ekonomisine büyük bir katkı sağlamaktadır²⁹⁸. 2007-

²⁹⁵ Hasan Yılmaz ve Ahmet Tolunay, “Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma Politikalarında Yeni Yönelimler ve Türkiye”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, Seri:A , S.1, Yıl:2007, s.110.

²⁹⁶ European Commission, “Financing the Common Agricultural Policy”, http://ec.europa.eu/agriculture/fin/index_en.htm (27.08.2011).

²⁹⁷ Portal on EU Funding, “European Agriculture Fund for Rural Development”, http://www.2007-2013.eu/by_scope_eafnd.php (27.08.2011).

²⁹⁸ Defra 2008d, “The United Kingdom National Strategic Plan For The European Fisheries Fund (2007-2013)” July 2008, <http://www.defra.gov.uk/marine/pdf/fisheries/20080912uknsp.pdf> (13.06.2009).

2013 dönemi için Fon'un bütçesi 4.304 milyon Avro'dur. Fon üye devletler arasında balıkçılık sektörünün büyüklüğüne, sektörde çalışan işgücüne bağlı olarak dağıtılmaktadır²⁹⁹ Örneğin, bu bağlamda "Birleşik Krallık program süresince 111 milyon GBP'ye sahipken, İngiltere bu kaynağın 38 milyonluk kısmını kullanmaktadır"³⁰⁰.

2007-2013 dönemine ilişkin ABF'na ilişkin düzenlemeler; hedefleri, öncelikleri, sorumlulukları ve finansal çerçeveyi belirlemektedir. Fon, balıkçılık sektörünün gelişmesi için AB Ortak Balıkçılık Politikasının hedeflerinin uygulanmasına finansal destek sağlamaktadır. Bu hedefler şunlardır³⁰¹:

- Balıkçılığa uzun dönemli bir gelecek ve balıkçılık kaynaklarının sürdürülebilir kullanımını sağlamak,
- Stoklar üzerindeki baskıyı azaltacak şekilde AB filo kapasitesini ayarlamak,
- İç balıkçılığın sürdürülebilir gelişmesini sağlamak,
- Balıkçılık sektöründeki işletmeleri ekonomik olarak canlandırmak ve daha rekabetçi bir yapıya kavuşturmak,
- Çevre ve deniz kaynaklarının korunmasını özendirmek,
- Balıkçılık endüstrisinin aktif olduğu alanlarda yaşam kalitesini iyileştirmek ve sürdürülebilir gelişmeyi özendirmek,
- Balıkçılık sektöründe aktif olan kadın ve erkekler arasında eşitliği sağlamak.

ABF, finansal destek alacak olan kuruluşlar açısından da öncelikli alanlarını belirlemiştir. Hibe edilmesi uygun görülen proje türleri arasında başta *AB balıkçılık*

²⁹⁹ Activities of the European Union, "European Fisheries Fund", http://europa.eu/legislation_summaries/regional_policy/provisions_and_instruments/l66004_en.htm (16.08.2010).

²⁹⁹ Marine and Fisheries Agency, "European Fisheries Fund (EFF), 2009. <http://www.mfa.gov.uk/grants/eff.htm> (15.06.2009).

³⁰⁰ Marine and Fisheries Agency, "European Fisheries Fund (EFF), 2009. <http://www.mfa.gov.uk/grants/eff.htm> (15.06.2009).

³⁰¹ Europa, Summaries EU Legislation, "European Fisheries Fund", http://europa.eu/legislation_summaries/maritime_affairs_and_fisheries/fisheries_sector_organisation_and_financing/l66004_en.htm . (16.08.2010).

filosunun iyileştirilmesi gelmektedir. Ancak burada sözkonusu olan kapasitenin artırılmasına ilişkin önlemler değil, balıkçı teknelerinin modernizasyonu, çalışma koşulları, enerji verimliliği, atıkların azaltılması, çevresel etkinin en aza indirilmesine ilişkin projelerin desteklenmesidir. Hurdaya ayrılan ya da uzun süre kullanılmayan tekneler balıkçılığın dışında diğer faaliyetler için (örneğin turizm amacıyla) kullanılması durumunda da desteklenmektedir.

Su kültürü, iç balıkçılık, ürünlerin işlenmesi ve pazarlama konuları fondan yararlanmada diğer öncelik verilen alanlardır. Su kültürüne yatırım yapılması, çiftlik türlerinin çeşitlendirilmesi, ürün kalitesinin geliştirilmesi, ürünlerin işlenmesi ve pazarlanma olanaklarının geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda işletmeler mikro, küçük, orta ve büyük işletmeler olarak sınıflandırılmakta ve daha çok mikro ve küçük işletmelere kaynak sağlanmaktadır.

Ortak eylemler ve endüstrinin pilot çalışmaları da desteklenmektedir. Özellikle kaynakların korunması ve sürdürülebilir gelişmeye katkı sağlayan, bilim adamları ve balıkçılık sektöründeki işletmeler arasında ortaklıklar oluşturan ve balıkçılık ürünlerinin pazarlarını güçlendiren eylemlere öncelik verilmektedir.

Balıkçılık alanlarının sürdürülebilir kalkınması için balıkçılık faaliyetlerinin azalmasından etkilenen bölgelerde ekonomik gelişmenin güçlendirilmesi ve çeşitlendirilmesini amaçlayan projeler de fondan destek almaktadır. Balıkçılıkla geçinen ve ekonomik darboğaza giren toplumlara verilen desteğin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Bu tür projeler tarımsal turizm faaliyetlerini geliştirmek için doğrudan yararlı olmamakla beraber, çevresel gelişme ve sürdürülebilir kalkınma açısından tarımsal turizm ve kırsal turizm faaliyetlerini dolaylı olarak artırmaya yardımcı olmaktadır.

2.8.1.5. LEADER

AB’nde tarımsal turizmin, kitlesel göçleri ve ekonomik çöküşü önlemek için hayati önem taşıdığı düşünülmekte ve kırsal bölgelerin desteklenmesi amacıyla uygun politikaların uygulanmaya konması gerekmektedir. Bu amaçla Avrupa Komisyonu Tarım Genel Müdürlüğü Hedef 5b ve LEADER Programlarını hazırlamıştır.

AB yapısal fonları tarafından finanse edilen girişimlerden birisi olan LEADER, kırsal bölgelerin uzun vadeli potansiyelini dikkate alarak kalkınmalarını sağlamak üzere tasarlanmış ve 1991 yılında başlatılmıştır. O tarihten beri farklı formlarda yürütülmektedir. 1991’de LEADER I ile başlatılmış, daha sonra LEADER II (1994-1999) ve LEADER+ (2000-2006) ile devam edilmiştir. Şu anda (2007-2013) dönemi boyunca sürecek kırsal kalkınma programlarının dördüncü eksenini oluşturulmuştur. Kırsal bölgelerde sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için kaliteli ve özgün stratejilerin uygulanmasını teşvik etmekte ve deneyimlerin paylaşılabilmesi amacıyla ortaklıklar ve bilgi ağları üzerinde yoğunlaşmaktadır. “2000-2006 döneminde bu amaçla AB, üye ülkeler ve özel kuruluşların kaynaklarından toplam 5.046,5 milyon Avro tahsis edilmiştir. Bunun 2.105,1 milyonu ATYGF’nin Yönlendirme kısmından, kalan kısmı ise kamu ve özel kuruluşların katkılarından sağlanmıştır. LEADER+ üç eylem etrafında yoğunlaşmaktadır”³⁰²:

- Pilot olarak bütünleştirilmiş bölgesel kalkınma stratejilerinin desteklenmesi,
- Kırsal bölgeler arasında işbirliğinin desteklenmesi,
- Bilgi ağları.

Bölgelerin kırsal yapısı ve fiziksel, ekonomik ve sosyal homojenlikleri dikkate alınarak, yenilikçi ve bütünleştirilmiş bölgesel kalkınma stratejilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Aynı ülkedeki kırsal bölgeler arasında (bölgeler arası işbirliği) ve üye ülkelerin kırsal bölgeleri arasında (ülkeler arası işbirliği) işbirliğinin sağlanmasına da çalışılmaktadır. Program bütünleştirilmiş kalkınma planlarını

³⁰² European Commission, “Agriculture, Rural Development, Leader+”, http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/index_en.htm. (16.08.2010).

tasarlamak ve uygulamak için paydaşları bir araya getirmek üzere yerel eylem gruplarının (YEG) oluşturulmasını gerektirmektedir. YEG'nin temel amacı kırsal alanlarda sosyo-ekonomik kalkınmayı destekleyen örgütler ve bireylerden oluşan paydaşlar arasındaki işbirliğini başlatmak ve güçlendirmektir. Program yapısı itibariyle kırsal kalkınmaya yerel bir yaklaşım içerdiğinden, YEG'in temsilcileri kamu ve özel sektörden, gönüllülerden ya da toplumun çeşitli kesimlerinden olabilir. Ancak üyelerinin en az yarısı kamu sektörünün dışından olmalıdır. "15 üyeli AB'de 73 program onaylanmış ve 893 YEG oluşturulmuştur"³⁰³. Örneğin, "Avusturya'da 2000-2006 bütçesinden yaklaşık 164 milyon Avro olarak alınan kaynağın, %94'ü bütünleştirilmiş kalkınma stratejilerinin desteklenmesine, %3'ü kırsal bölgeler arasında işbirliğinin desteklenmesine ve %1'i de bilgi ağlarına harcanmış ve LEADER programlarını uygulamaya koymaktan sorumlu 56 YEG oluşturulmuştur"³⁰⁴.

Her üye ülkede verileri toplayan, analiz eden ve yayan, teknik bilgi ve deneyimlerin değişimini yapan ve işbirliği için teknik yardımı sağlayan ulusal bir bilgi ağına da gereksinim bulunmaktadır. YEG açısından bu bilgi ağına katılım zorunludur.

Komisyonun öncelik verdiği konular şunlardır³⁰⁵:

- Doğal ve kültürel kaynakların en iyi şekilde kullanımını sağlamak,
- Kırsal alanlardaki yaşam kalitesini iyileştirmek,
- Özellikle kollektif eylemler karşısında pazarlara girişi kolaylaştırarak yerel ürünlerin değerini arttırmak,
- Kırsal alanlardaki ürün ve hizmetleri daha rekabetçi hale getirmek için yeni teknolojilerin ve teknik bilginin kullanımını sağlamak.

³⁰³ LEADER Programmes, "LEADER in Europa: A Successful Initiative", http://www.leader.pt/PDF/act_rede/pedro_brosei.pdf (16.08.2010).

³⁰⁴ Diğer tüm AB ülkelerinin uygulamaları için bkz. LEADER+, "Summary of Leader+ Programmes-Country Sheets", http://www.leader.pt/PDF/COUNTRY_SHEETS_%20STCOM.pdf.

³⁰⁵ European Commission, (Agriculture, Rural Development, Leader+).

(2007-2013) kırsal kalkınma programı da kırsal kalkınmada yerel düzeyde yenilikçi yaklaşımların uygulanması üzerinde durmaktadır. İhtiyaçları karşılamak amacıyla ürünlerde ve süreçlerde yenilikler devamlı olarak araştırılmalı ve yerel düzeyde çözümler getirilmelidir. Tarımsal olmayan faaliyetlerle çeşitlendirmeyi içeren, yeni işler yaratılarak mevcut işletmenin genişletilmesini ve mevcut faaliyetlerin sürdürülebilirliğini sağlayan, kırsal alanlarda alternatif ya da ek gelir yaratan yaklaşımlar önem kazanmaktadır. Bu kapsamda turizm faaliyetleri de teşvik edilmekte ve kültürel mirasın korunması, yenilenmesi ve geliştirilmesi de desteklenmektedir.

2.8.2. Üye Ülkelerdeki Uygulamalar

AB ülkelerinde tarımdan sağlanan gelirlerin azalması, turizm pazarının büyümesi ve turistlerin ihtiyaçlarının farklılaşması sonucunda tarımsal turizme giderek artan bir ilgi doğmuştur. Bu ilginin geliştirilmesinde AB organları da önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, “12 AB ülkesinde örgütleri bulunan “*Köy ve Çiftlik Turizmi Avrupa Federasyonu*” tüm Avrupa’da tarımsal turizmin farkındalığını artırmak için büyük gayret göstermiştir”³⁰⁶. Eski AB üyelerinde başlayan gelişmeler daha sonra doğu Avrupa ülkelerine de yayılmıştır. Aşağıda eski ve yeni AB üyelerinden tarımsal turizmin en fazla geliştiği yedi üye ülkedeki uygulamalar ele alınmaktadır.

2.8.2.1. İngiltere

İngiltere kırsal alanlarda turizmin gelişiminde uzun ve zengin bir geçmişe sahiptir. Daha çok tarımsal turizm yerine çiftlik turizmi kavramının kullanıldığı İngiltere’de turistlere çeşitli hizmetler sunulmakta ve giderek artan ölçüde yeni ürün ve hizmetlerle tarımsal turizm uygulamaları zenginleştirilmektedir. “Birleşik Krallık’ın (BK) hemen hemen tüm bölgeleri –güneybatı kısmı, Yorkshine Dales ve Northumberland ve İskoçya- kırsal alanlarda turizmin gelişmesi açısından

³⁰⁶ Ellen Rilla, “Unique Niches: Agritourism in Britain and New England”, University of California Cooperative Extension, <http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/printer.html> (07.05.2008). s.21.

mükemmel bir altyapıya sahiptir ve tarımsal turizmin gelişimini gösteren çok sayıda örnek uygulama bulunmaktadır”³⁰⁷.

İngiltere’de tarım sektörünün ciddi ekonomik problemlerle karşılaşması, özellikle 1980’lerden sonra tarım işletmelerinden sağlanan gelirin ve istihdamın azalması, tarım işletmelerinin geleceğini ve kırsal alanların sosyo-ekonomik yapısını tehdit etmeye başlamıştır. Bu nedenle tarımsal turizm çiftçilerin gelir olanaklarını genişletecek önemli bir faktör olarak görülmüş ve AB’den çiftçilere sağlanan yapısal destekler değişime uğramaya başlamıştır. “İngiltere’de çiftçilerle yapılan bir araştırmada çiftçilerin %63’ü turizmin kendileri için hayati bir önem taşıdığını ve gelecekte öneminin daha da artacağını söylemişlerdir”³⁰⁸. Aynı araştırmada Rilla tarımsal turizmin İngiltere’ye katkısını şu şekilde belirtmektedir³⁰⁹:

- Aile üyeleri tarımsal turizm işletmesinde çalıştığından çiftlikte kalmaktadır,
- Mevcut binalar tekrar kullanılmaktadır,
- Çiftçi ailelerin topraklarında kalmasını sağlayarak tarım alanları ve kırlar korunmaktadır,
- Tarımsal turizm “sürdürülebilir” ve “yeşil turizm” fırsatı sağlamaktadır,
- Yerel ekonomiyi ve yöre halkını doğrudan desteklemektedir,
- Diğer ekonomik ve sosyal faaliyetleri bütünleştirmektedir,
- Yerel girişimi ve denetimi geliştirmektedir,
- Sakin, sessiz, rustik, kişisel temasın sağlandığı, basit faaliyetlerin yapıldığı, tarımla bir bağın kurulduğu çiftlikte konaklama tarzında büyük bir pazar gelişmektedir,
- Çevreye etkisi çok azdır,

Avam Kamarası, Çevre, Gıda ve Köyşleri Komitesi’ne göre; “İngiltere’nin kırsal bölgelerinde yaşayanlar nüfusun beşte biri altında olmakla birlikte, ülkenin

³⁰⁷ Sznajder, Przezborska ve Scrimgeour, s.263.

³⁰⁸ Rilla, s.13.

³⁰⁹ Rilla, s13.

ekonomik faaliyetinin %30'undan sorumludur"³¹⁰. "*Rural Advocate*"ın Haziran 2008 raporunda başbakan kırsal işletmelerin kullanılmayan potansiyelinin yılda 236 ile 347 milyar GBP arasında olduğunu belirtmektedir. Bu veriler İngiltere açısından kırsal kalkınmanın önemini açıklayacak niteliktedir"³¹¹.

Günümüzde İngiltere'nin kırsal alanlarındaki işletmelerin yapısı hakkında geçerli olan görüşleri değiştirecek değişimler bulunmaktadır. "Ulusal ve uluslararası pazarları etkileyen teknolojik değişimler yeni teknolojileri yaratmış ve yeni kuşak girişimciler tarafından turizm ve evde yapılan iş türleri gibi kırsal temelli olmayan bir dizi yeni olanaklar ortaya konmuştur"³¹².

İngiltere'de kırsal kalkınma politikasında tarımsal turizmin öneminin anlaşılması, İngiltere'nin kırsal kalkınmasının ulusal boyutuna rağmen, AB Ortak Tarım Politikası (OTP) ve kırsal kalkınma politikası nedeniyle AB boyutunda ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle tarımsal turizmi geliştirme programları diğer AB ülkelerinde uygulanan politikalar tarafından yürütülmektedir. "Tarımsal turizm AB'nden en önemli desteğini "Hedef 5b Programı"yla elde etmiştir. 1994-1999 yılları arasında yürütülen bu program, altı kırsal alanın ekonomik yenilenmesi için kaynak sağlamıştır. Bu program altında çiftlikler tasarlanan alanlarda yeni tarımsal turizm projelerinin yatırımı ya da mevcut olanakların geliştirilmesi için kaynak sağlarken, pazarlama, iş geliştirme ve eğitim için finansal destek sağlamışlardır"³¹³. Bu programın amacı, konaklamadan boş zaman faaliyetlerine, çiftlik dükkanlarına ve el sanatları merkezlerine kadar değişen çeşitli projeler yoluyla yeni girişimcilerin tarımsal turizme başlamalarını desteklemek ve çiftlik projelerinin kalitesini geliştirmektir.

³¹⁰ House of Commons, Environment, Food And Rural Affairs Committee, "The Potential of England's Rural Economy", Eleventh Report of Session 2007-2008, Volume 1, 2008, s.5.

³¹¹ Defra, "The Rural Development Programme for England 2007-2013, <http://www.defra.gov.uk/rural/rdpe/index.htm> (12.06.2009).

³¹² Commission for Rural Communities Tackling Rural Disadvantage, "England's Rural Areas: Steps to Release their Economic Potential Advice From the Rural Advocate to the prime Minister Summary Document", London 2008, s.4.

³¹³ Rural Tourism International (RTI) Training Network, "Rural Tourism in Europe, United Kingdom, http://www.ruraltourisminternational.org/United_Kingdom . (12.12.2010).

“Avrupa Komisyonu’nun tanımına göre; 27 üyeli AB’nde nüfusun %56’sı kırsal alanlarda yaşamaktadır”³¹⁴ ve “12 milyon tam zamanlı çalışan çiftçi bulunmaktadır”³¹⁵. Bu nedenle, Avrupa’nın en eski, en pahalı ve en önemli politikası olan OTP devamlı olarak geliştirilmiştir. “50 yıl önce, üzerinde durulan nokta Avrupa’ya yeterli ölçüde gıda sağlamak iken, bugün OTP, üreticileri AB’nde ve dünya pazarlarında kendi ayakları üzerinde durmaya özendirilmektedir”³¹⁶.

Reform süreci 1968 yılında Mansholt’un planıyla başlamasına rağmen³¹⁷, başlıca önemli reformlar 1992 ve 2003 yıllarında yapılmıştır³¹⁸. 1992 ve 2003 reformları AB’nde üretici ve devlet teşvikleri arasındaki bağı keserek üreticileri kendi ayakları üzerinde durmaya yöneltmiştir. Bu reformlardan sonra çiftçiler, tarım arazilerine bakmak, çevre, hayvan refahı ve gıda güvenliği standartlarını yerine getirmek koşuluyla destekleme ödemeleri olarak bir gelir almaya başlamışlardır³¹⁹. Böylece reformlar İngiltere’de tarımın daha az karlı olmasına yol açmıştır. Öte yandan “Defra’nın (The Department of Environment, Food and Rural Affairs-Çevre, Gıda ve Köyişleri Bölümü) 2008 yılı Raporu’na göre; 2003 reformundan sonra hükümet OTP’nın ticari niteliğini azaltmak ve daha değerli bir kamusal ödeme sağlamak amacıyla önemli bir ilerleme kaydetmiş ve çiftçiler ödemelerin önemli bir kısmını ya tek ödeme planıyla ya da kırsal kalkınma planının önemli bir kısmı olarak almaya başlamışlardır”³²⁰.

Bu reform süreçleri çiftçileri tarıma dayalı fakat tarım dışı faaliyetler yaparak gerçek girişimci olmaya zorlamıştır. Bu noktada tarımsal turizm kırsal alanlarda

³¹⁴ European Commission, “Rural Development Policy 2007-2013”.

³¹⁵ Europe Commission, Europe’s Agriculture and the Common Agricultural Policy (CAP) Frequently asked questions: A picture of EU agriculture, http://ec.europa.eu/agriculture/faq/index_en.htm (12.06.2009).

³¹⁶ European Commission 2008b, “Agriculture Meeting the Needs of Farmers and Consumers”, http://www.europa.eu/pol/agr/overview_en.htm (12.06.2009).

³¹⁷ AB Bilgi , AB Ortak Tarım Politikası- 2009, Neden Ortak Bir Tarım Politikası, Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu, Ankara, Şubat 2009, s.4.

³¹⁸ Clem Tisdell ve Keith Hartley, **Microeconomic Policy: A New Perspective**, Edward Elgar Publishing, London 2008.

³¹⁹ European Commission, 2009 b, “Europe’s Agriculture and the Common Agricultural Policy (CAP)- Frequently asked questions CAP Reforms, http://www.ec.europa.eu/agriculture/fag/reform/index_en.htm (12.06.2009)

³²⁰ Defra, 2008a, **Departmental Report**, Published by the Stationery Office, May 2008.

önemli bir rol oynamaktadır. Böylece, çiftçiler bir yandan tarım alanlarına bakmakta, diğer yandan da tarıma dayalı fakat tarım dışı faaliyetlerle ek gelir kazanmaktadırlar.

İngiltere’de kırsal kalkınmayı destekleyen kurumlar bulunmaktadır. DEFRA, çevre koruma, gıda üretimi ve standartları, tarım, balıkçılık ve kırsal toplumdan sorumlu bir devlet kurumu olarak 1981 yılında oluşturulmuştur. 3 Ocak 2008’de enerji ve iklim değişikliği bölümü oluşturularak sorumluluk alanları genişletilmiştir³²¹. “DEFRA üç temel ayak üzerine oturtulmaktadır. Bu ayaklardan birincisi *tarım* ve *gıdadır*. İkincisi *çevredir* ve üçüncüsü ise *köyışleridir*”³²². DEFRA hedeflerini bu üç temel ayağı kapsayacak şekilde yayınlamaktadır. “İngiltere’de kırsal alanları geliştirerek fırsatları artırmak, sosyal dışlanma ile mücadele etmek, güçlü bir kırsal toplum yaratmak, tüketicilerin ihtiyaçlarını ve güvenli gıda arzını karşılayan rekabetçi, sürdürülebilir, modern ve uyarlanabilir tarımın iç ve uluslararası eylemler ve OTP reformlarıyla geliştirilmesini ve kırsal alanların sosyal ve ekonomik açıdan güçlendirilmesini amaçlamaktadır”³²³. DEFRA’ya göre; hedeflerden biri olan “güçlü kırsal toplum”, insanların şimdi ve gelecekte yaşamak ve çalışmak istedikleri yerdir. Mevcut ve gelecekteki sakinlerinin çeşitli ihtiyaçlarını karşılar, çevreye duyarlıdır, yaşam kalitesinin yükselmesine katkı sağlar. Güçlü kırsal toplum orada yaşayan insanlar tarafından yaratılır ve üyelerinin o yerin anlamını paylaşmaları derecesinde güçlendirilir”³²⁴. DEFRA’nın tek başına güçlü bir kırsal toplum yaratması, ona destek sağlayan kuruluşlar olmaksızın güçtür. Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA), yerel yönetimler ve kırsal toplum komisyonları (KTK) hedefini gerçekleştirmede ona yardımcı olan kuruluşlardır. “1999 yılında dokuz adet kurulan bölgesel ekonomik stratejileri geliştirmeden sorumlu olan BKA’lar, bölgesel planlama kuruluşu rolünü üstlenmektedir. BKA’lar İngiltere Kırsal Kalkınma Programı aracılığıyla kullanılabilen AB fonlarının %20’sini vermektedir. Yerel yönetimler yerel ekonomilerin potansiyelini ortaya çıkaran en önemli kuruluşlardır. Ulusal düzeyin altında ekonomik kalkınmaya ilişkin kamu harcamalarının %78’ini

³²¹ Wikipedia, “UK, Department for Environment, Food and Rural Affairs”, http://en.wikipedia.org/wiki/Department_for_Environment_Food_and_Rural_Affairs (16.08.2010).

³²² Alun Michael, “UK Rural Policy: A Holistic Approach”, **The Future of Rural Policy**, OECD, 2003, ss.35-45.

³²³ Michael, s.37.

³²⁴ House of Commons, Environment, Food And Rural Affairs Committee, s.14.

kullanılmaktadırlar. KTK'lar ise, DEFRA'nın stratejik hedeflerini gerçekleştirilmesinde ilerlemeyi izleyerek ve gerekli tavsiyeleri sunarak önemli bir rol oynamaktadırlar"³²⁵.

“BK’da en önemli tarımsal turizm pazarlama örgütü de, 95 farklı çiftlik tatil grubundan ve İngiltere, Galler ve İskoçya’da bulunan 1000’in üzerinde çiftliği bir araya getiren “Çiftlik Tatili Bürosu” (ÇTB) (Farm Holiday Bureau)dur. Bu büronun temel amacı, çiftliklerde konaklamayı artırmak, üyelerine pazarlama, tutundurma ve rezervasyon hizmetlerini sağlamaktır"³²⁶. Bilgiyi ve deneyimi paylaşan ÇTB üyelerinin özellikleri, daha fazla temizlik, nezaket ve hizmet standardına ulaşmaları amacıyla düzenli olarak denetlenmektedir.

İngiltere’de tarımsal turizm, tarım işletmelerinin finansal istikrarını sağlamak açısından bir gereklilik olarak gelişmiştir. Tarım işletmelerinin üçte biri geleneksel tarım işletmesinin dışında faaliyet göstermektedir. “İngiltere’de çiftliklerin %42’si, Galler’de %34’ü ve İskoçya’da %23’ü ve kuzey bölgelerinde %7’si tarım dışı faaliyetlerle uğraşmaktadır. Genel olarak 14.000 tarım işletmesi bu faaliyetlerden yararlanmakta ve ortalama olarak bu girişimler tarım işletmelerinden sağlanan toplam gelirin %11’i civarında katkı sağlamaktadır”³²⁷.

Çiftçilerin sahip olduğu olanaklar zamanla gelişme göstermektedir. Olanakların geliştirilmesinde gerekli finansman AB’nin verdiği hibelerden belirli bir ölçüde sağlanırken, kalan kısmı çiftçilerin kendi olanaklarıyla karşılanmaktadır. İşlerin yürütülmesinde tüm aile üyeleri rol oynamaktadır. Misafirlerle zaman geçirme, bilginin ve yaşam tarzlarının paylaşılması, ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinde tüm aile üyeleri katkı sağlamaktadır.

İngiltere’de organik tarım işletmelerinin gelişmesi de tarımsal turizmin gelişimini etkilemektedir. “Yıllardır BK’da organik tarım sektörüyle ilgilenen ve

³²⁵ Geniş bilgi için bkz., House of Commons, ss. 26-31.

³²⁶ Rilla, s. 14.

³²⁷ Peter Williams ve diğerleri, “Agritourism Market and Product Development Status Report”, **British Columbia Ministry of Agriculture, Fisheries and Food and Ministry of Small Business, Tourism and Culture**, April 30, 2001, s.36.

Galler Organik Merkezi'nde çalışan Wachter, Galler'de en az 150 organik ürün üreticisinin konaklama, organik ya da yerel ürünlerle üretilmiş yemekler ve yerel halka istihdam olanakları sağlayan tarımsal turizmle ilgilendiğini belirtmektedir³²⁸.

Rilla, İngiltere'deki araştırmasında tarımsal turizm işletmelerindeki konaklama türlerinin üç gruba ayrıldığını ortaya koymaktadır³²⁹: Birinci grupta yatak+kahvaltı sunan çiftlikler yer almaktadır. Fiyatlar genellikle daha düşüktür. Daha çok kırsal deneyim isteyen, çocuklu ve köpekleri olan aileler tarafından tercih edilmektedir. İkinci grupta yer alan konaklama türünde turistler kendi yemeklerini pişirebilmektedir. Genellikle turistlere sunulan çiftlik binalarındaki birimler yatak, banyo ve küçük bir mutfak içerecek şekilde dönüştürülmüştür. Turistler genellikle hafta sonu veya cumartesiden cumartesiye kadar olmak üzere haftalık olarak kiralamaktadır. Üçüncü konaklama türü kamping şeklindedir. Sade ve rustik tarzda döşenmiş, 8 ile 15 kişinin konaklayabildiği, duş, mutfak/yemek odası bulunan ve pahalı olmayan bir konaklama türüdür. Genellikle uzun yürüyüşçüler, sırt çantasıyla seyahat edenler, bisikletçiler, aileler, izci, kilise grupları, okul veya eğitim grupları tercih etmektedir. Bu konaklama türünde mevcut binalar korunduğu gibi çiftçilere de ek bir gelir sağlanmaktadır.

Ayrıca, İngiltere'de tarımsal turizm Milli Parklar gibi korunan alanlarda, bu amaca hizmet etmek için de yapılmaktadır. Yasalarca binaların yapılmasının yasak olduğu bu alanlarda kamping ya da pansiyonlarda misafirler kabul edilerek doğal yaşam, spor olanakları ve çeşitli faaliyetler sunulmaktadır.

“Enteleca Araştırma ve Danışmanlık Şirketi'nin BK'da dört bölgede gerçekleştirdiği, turistlerin bölgesel ve yerel gıdalara karşı tutumlarını ölçen araştırmada, %61-69 arasındaki ziyaretçi yemeklerin tatillerine olumlu katkı yaptığını, %39'u ise tatilde yemeğin çok önemli olduğunu belirtmiştir³³⁰. Araştırmaya katılanların %72'sinin ziyaretleri sırasında yerel bir yemeği satın

³²⁸ Carolyn Wachter, “The Development of Agri-tourism on Organic Farms in new EU Countries-Poland, Estonia and Slovenia”, Fellow, Winston Churdhill Memorial Trust, 2006, s.3.

³²⁹ Rilla, ss.13-14.

³³⁰ Enteleca Research and Consultancy Ltd., “Tourist Attitudes Towards Regional and Local Foods”, http://p1.countryside.gov.uk/Images/tourist%20Attitudes_tcm2-16556.pdf (11.06.2009). s.4.

aldıklarını belirleyen Enteleca turistleri beş gruba ayırmaktadır. Bu beş pazar bölümü şunlardır³³¹:

- *Gıda turistleri*: Tatil yerlerini seçmelerinde yerel yemek ve içeceklerin özel bir rol oynadığı turistler. Bunlar BK tarımsal turistlerin %6-8'i kadardır.
- *İlgililer*: Bu grup onların tatillerinin güzel geçmesine yemeğin katkı yaptığını düşünür ve fırsat buldukça yerel gıdaları yer ya da satın alırlar. Bunlar BK tarımsal turistlerin %30-33 kadardır.
- *Ulaşamayanlar*: Bu grup tatillerinin güzel olmasında yemeğin önemli olduğunu düşünen ve yerel gıdaları satın almaktan mutlu olacaklarını söyleyen fakat halihazırda satın almamış olanlardır. Bunlar BK tarımsal turistlerin %15-17'sidir.
- *İlgili olmayanlar*: Bunlar yiyecek ve içecekleri tatillerine bir katkı olarak algılamıyorlar fakat yerel gıdalara karşı olumsuz da değiller. (BK tatilcilerinin %22-24'ü).
- *Satın almayanlar*: Bu grup, yerel gıdalarla ilgili olmadıklarını ve tatilleri sırasında her hangi bir şey satın almak istemediklerini söyleyenlerdir. (BK tatilcilerinin %28-17'si).

2.8.2.2. İtalya

Çiftçilik faaliyeti ile bağlarını koparmaksızın tarım işletmelerinin ve aile üyelerinin gerçekleştirdikleri misafir ağırlama faaliyeti olarak tanımlanan tarımsal turizm ile İtalya'da bir yandan turistlerin faal bir çiftlikte ülkenin ya da bölgenin atmosferine uygun ve hoşlanacakları bir ortamda kalmaları sağlanmakta, öte yandan konaklama bedelleri, yemek ve çiftlik ürünlerinin doğrudan satışı ile çiftçilerin ve ailelerinin ek gelir kazanma fırsatı yaratılmış olmaktadır. İtalyan Ulusal Yasaları tarafından tarımsal turizmle ilgili olarak, birincisi stratejik hedef, diğerleri ise tamamlayıcı hedefler olmak üzere sekiz hedef belirlenmiştir³³²: Bunlar;

³³¹ Enteleca, s.4.

³³² Roberta Sonnino, "For a 'Piece of Bread'? Interpreting Sustainable Development Through

- Çiftçileri topraklarında tutarak dışarıya olan göçü durdurmak,
- Doğal ve üretilmiş doğal kaynakların faydasını artırmak,
- Çevresel koruma ve yönetimi geliştirmek,
- Yöreye özgü, tipik kırsal ürünleri geliştirmek,
- Kırsal gelenekleri ve kültürel girişimleri desteklemek,
- Tarımsal alanları geliştirmek,
- Gençlik ve sosyal turizmi geliştirmek,
- Kent ve kırsal kesim arasındaki ilişkiyi güçlendirmektir.

“İtalya’da geleneksel turizm olgunluk aşamasındadır. Yunanistan, Türkiye ve Hırvatistan gibi ülkelerin neden olduğu fiyat rekabeti ve Fransa ve İspanya gibi ülkelere gelen kalite baskısı gibi nedenlerle artan uluslararası rekabetten kaynaklanan bir daralma yaşanmaktadır”³³³. Bu durum turizmde farklılaştırmayı ve yeniden canlandırmayı gerektirmektedir. Turizm sektörünün canlandırılması açısından, turizmde yeni eğilimleri ortaya koyan alternatif turizm türleri ve tarımsal turizm bir çözüm yolu olarak görülmektedir. “Son on yıl içinde İtalyan tarımsal turizminin yabancı misafir sayıları ve tarımsal turizm arzı, özellikle 1998 ile 2004 yıllarında sırasıyla %121 ve %109 olmak üzere artmıştır. Almanya, İngiltere, ABD, Hollanda, Fransa ve İsviçre olmak üzere altı ülkeden gelenler toplam tarımsal turistlerin %80’ini oluşturmaktadır”³³⁴

İtalya’da yirmi bölge bulunmaktadır. Her bölge farklı bir İtalyan kültürüne sahiptir. Turistler deneyimlerini zenginleştirmek, tamamen farklı şeyler denemek amacıyla nüfusun daha az olduğu bölgeleri ve çiftlik hayatını, geleneksel turistik yerlere tercih edebilmektedir. Bu bölgelerde “2000 yılı itibarıyla kayıtlı bulunan tarımsal turizm işletme sayısı 9.324’dür. (Toplam tarımsal işletme içindeki payı sadece %0,5’dir). Bunların %21’i Toskana bölgesinde, %21,4’ü de Bolzano’da

Agritourism in Southern Tuscany”, **Sociologia Ruralis**, Vol 44, Number 3, July 2004, s.286.

³³³ Mariapina Trunfio, Luca Petruzzellis ve Claudio Nigro, “Tour Operators and Alternative Tourism in Italy”, **International Journal Contemporary Hospitality Management**, Vol 18, No.5, 2006, s.431.

³³⁴ F.G. Santeramo ve diğerleri, “Agritourism Flows to Italy: An Analysis of Determinants Using the Gravity Model Approach, **Modeling of Agricultural and Rural Development Policies**, 107th EAAE Seminar, Sevilla, İspanya, January 29th-February 1st, 2008, s.3.

bulunmaktadır. Tarımsal turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı yerler Toskana, Umbria ve Trentino Alto Adige'dir. Tarımsal işletmelerin yarısından fazlası catering hizmetlerini sunmakta, %8'den fazlası çiftlik yanında kamp yeri, %14'ü de ata binme olanağı vermektedir"³³⁵. "Ülke yüzölçümünün %10'unu oluşturan 36 tane milli park oluşturulmuştur. Bu girişimler bu bölgelerde tarımsal turizmi de özendirmektedir. 2002 yılında kayıtlı işletme sayısı 11.000'e yükselmiştir. Bu da tarımsal turizm sektörünün 2002 yılında %10 büyüdüğünü göstermektedir"³³⁶. "Aynı yıl İtalya'da tarımsal turizm işletmelerinde konaklayan bir milyon turist kaydedilmiştir ve ortalama kalış süresi beş gecedir"³³⁷. Tarım işletmelerinin turizme yönelmesi, talep düzeyinin artmasını sağlamaktadır. Ayrıca, organik tarım da tarımsal turizmin gelişimine katkı yapmaktadır. "15 üyeli AB'nde İtalyan organik tarımı AB organik tarım alanlarının %24,4'üne ve organik tarım işletmelerinin %40'dan fazlasına sahiptir"³³⁸.

Tarımsal turizm açısından Toskana bölgesi, dağlık manzarası, zengin doğal kaynakları ve eski gelenekleriyle İtalya'nın en önemli bölgelerinden biridir. Turistler doğal çevrede yürüyüş yapabilir, bisiklete veya ata binebilir, organik gıdaları tadabilir, antik köyleri ve kiliseleri ziyaret edebilirler. "1987 yılında Toskana'nın ilk bölgesel yasası çıktıktan sonra tarımsal turizm, toplam tarımsal turizm işletme sayısını bugün tek başına sadece Siena'nın bile aştığı Grossetto'da gelişmeye başlamıştır. Toskana bölgesinde en eski tarımsal turizm yerlerinden birisi de organik ürün üretimiyle ünlü güney Toskana'da bulunan Maremma Toskana'dır. Toskana bölgesinde toplam tarım alanı açısından birinci sırada, çiftlik sayısı açısından ise ikinci sırada yer almaktadır"³³⁹.

Toskana'da kırsal kalkınma planlarında tarımsal turizm sürdürülebilir kalkınmanın ve dışsal uyumun sağlanmasında bir strateji olarak ele alınmaktadır.

³³⁵ Rural Tourism International, "Italy: Rural Tourism Sector", (Italy) <http://www.ruraltourisminternational.org/Italy>. (06. 06.2010).

³³⁶ Rural Tourism International (Italy).

³³⁷ Manuela Pulina, D. Giovanna Dettori ve A. Paba, "Life Cycle of Agrotouristic Firms in Sardinia", **Tourism Management** 27, 2006, s. 1007.

³³⁸ Edi Defrancesco ve Luca Rossetto, "From Niche to Market: The Growth of Organic Business in Italy", **Organic Food: Consumers' Choices and Farmers' Opportunities**, der. Maurizio Canavari ve Kant D. Olson, Springer 2007, s.8.

³³⁹ Sannino, s. 289.

“2000 yılına ilişkin bölgesel raporda Toskana’da tarımsal turizmin; tarım, turizm, ticaret, kültürel ve doğal kaynaklar yönetimi gibi farklı ekonomik faaliyetlerin birbirini tamamlamasıyla ekonomik kalkınmayı sağlayan sürdürülebilir bir strateji olarak tanımlanmaktadır”³⁴⁰. Geleneksel ve organik ürünlerin değerlendirilmesinin yanı sıra, kırsal alanlardan göçü durduran ve kırsal alanları canlandıran stratejiler arasında sayılmakta ve turizm kaynaklarının çoğaltılması ve bunların ekonomik olarak değerlendirilmesiyle sürdürülebilir kalkınmanın başarılabileceği belirtilmektedir.

İtalya’da önemli bir tarımsal turizm potansiyeline sahip olan ve bu nedenle de AB kalkınma programları ve politikaları tarafından desteklenen bir bölge de Calabria’dır. Bu bölgede kırsal alanlar ve tarımsal turizm 1994-99 ve 2000-2006 dönemlerinde ATGYF tarafından desteklenen Bölgesel Programlar tarafından finanse edilmiştir. Bölgesel “Kalkınmada geç kalmış bir İtalyan bölgesi olarak görülen Calabria’nın (hedef 1’ girmektedir) %85’i kırsal alanlardır ve bölgenin %83’ü kırsal alanda yaşamaktadır. 2003 yılında 1100 tarımsal turizm işletmesi kayıtlı olmakla birlikte bunun sadece %23’ü faaldir. Tarımsal turizm işletmelerinin büyüklüğü 6 ile 10 hektar arasındadır”³⁴¹. “Calabria’da çiftliklerin %73’ü aile işletmeleridir. Çiftlikte diğer çalışanlar günlük ya da yoğun sezonda mevsimsel çalışan işçilerdir. Calabria’da tarımsal turizm daha çok catering hizmetlerine yöneliktir. Genellikle çok sayıda müşteriye yemek sunulmaktadır. Üretilen ürünler ise yerel pazarlarda satılmaktadır”³⁴².

Diğer bir İtalyan bölgesi olan Sardinya’da “hedef 1” alanları olarak tanımlanan adanın merkezi kırsal kesimi, 1960’larda AB’den alınan yapısal fonlarla hızlı bir değişim yaşamıştır”³⁴³. “İtalya yüzölçümünün %8’ini ve İtalyan nüfusunun %2,9’unu oluşturan Sardinya’da çiftçilik ve turizm arasındaki bağı açıklayan ilk yasa L.R.32/86, 1986 yılında yürürlüğe girmiştir. Tarımsal turizmin gelişimine olanak

³⁴⁰ Sonnino, s.286.

³⁴¹ Donetella Privitera, “EU Policy for Rural Development: Some Implications for Agro-tourism”, **Assesing Rural Development of the CAP**, 87th EAAE Seminar, s.1.

³⁴² Privitera, s. 6.

³⁴³ Tracey Heatherington, “Ecology, alterity and Resistance in Sardinia”, **Social Anthropology**, 9, (3),2001, s.291.

veren ikinci önemli yasal düzenleme ise 1998 yılında gerçekleştirilmiştir (L.R.27/98, art.5)³⁴⁴. Her iki yasal düzenleme de Sardinya’da tarımsal turizm faaliyetinin geliştirilmesinde olumlu bir etki yaratmıştır. Temel amaç, yerel bölgelerin kültürel mirasını, geleneklerine dayalı farklılaştırılmış turizm ürünlerini sunmak, çevresel fonksiyonları ve spor faaliyetlerini artırmak ve yerel kültürün gelişmesini sağlamaktır. “2002 yılında Sardinya turizm harcamaları mal ve hizmetlerde toplam İtalyan turizm harcamalarının %2,9’una ulaşmıştır”³⁴⁵

2.8.2.3. Macaristan

Alternatif turizm türlerinden biri olan tarımsal turizm Macaristan’da oldukça yeni bir olgu olup, kırsal turizm içinde “köy turizmi-village tourism” olarak adlandırılmaktadır. Macaristan’da kırsal turizm geniş bir anlamda ele alınmakta, sadece çiftlik turizmi ya da tarımsal turizmi değil, aynı zamanda kırsal alandaki konaklamaları, turları, olayları, festivalleri, açık havada yapılan piknik ve dinlenmeleri, tarımsal ürünlerin ve el sanatlarının satışını v.b. faaliyetleri de içermektedir. Bu geniş içerikte yer alan faaliyetler genellikle köy turizmi ya da kırsal turizm olarak belirtilmektedir. Literatürde Macaristan kırsal turizmi üzerine yapılan çalışmalarda tarımsal turizm faaliyetlerine de yer verilmektedir.

Macaristan’da 19 bölge bulunmaktadır. AB sınıflandırmasına göre Macaristan’ın %98’i kırsal alan olarak görülmektedir. Nüfusun %19’u başkentte, %45’i diğer kentlerde ve %36’sı ise köylerde yaşamaktadır³⁴⁶. Bölgeler arasında coğrafi, politik ve ekonomik gelişme açılarından farklılıklar bulunmaktadır. Diğer Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri’nde (ODAÜ) olduğu gibi, Macaristan’da da kırsal alanların temel sorunları, tarım işletmelerinin küçük olması, istihdam olanaklarının azlığı ve zayıf alt yapının yol açtığı ekonomik ve sosyal problemlerdir. “Kırsal

³⁴⁴ Pulina ve diğerleri, ss.1006-1008.

³⁴⁵ Pulina ve diğerleri, s.1007.

³⁴⁶ Szilard Podruzsik, “The State of Farm and Rural Income Diversification in Hungary”, **Farm Commercialisation and Income Diversification on the Road to EU Accession**, der: Stjepan Tanic and Tomasz Lonc, FAO, Czech Republic, 2-6 November 2003, s.153.

alanların temel sorunlarından bir diğeri de tarımdan sağlanan gelirlerin azalmasına paralel olarak kentlere doğru yapılan göçtür³⁴⁷.

Tarımsal turizm Macaristan'da II. Dünya Savaşı'ndan önce de bazı uygulamaları görülmekle birlikte, esasen 1960'lı yıllardan sonra bölgesel kalkınma planlarıyla gelişme göstermektedir. Kırsal kalkınma politikaları küçük işletmelere yeni fırsatlar sağlamayı ve kırsal ekonominin çeşitlenmesiyle yeni gelir kaynakları yaratmayı amaçlamaktadır. "2000-2006 dönemi için hazırlanan Global Kalkınma Planı, Macaristan'da tarımın verimliliğini artırmanın yanı sıra, sektörün gelir sağlama yeteneğini geliştirmeyi de hedeflemektedir"³⁴⁸. Macaristan stratejik programının kırsal alanların kalkınmasıyla ilgili öncelikleri şu şekilde belirtilmektedir³⁴⁹:

- Yerel koşullara dayalı ekonomik kalkınma,
- Tarımın geliştirilmesi,
- İnsan kaynaklarının geliştirilmesi,
- Çevrenin geliştirilmesi,
- İşbirliğinin güçlendirilmesi.

Macaristan'da çiftliklerin sayıları diğer AB üyelerinin çoğunda olduğu gibi giderek azalmaktadır. Tarım sektöründe tam zamanlı çalışanların oranında da düşme görülmektedir. "2003-2007 yılları arasında çiftliklerin sayısında %12,5 oranında bir azalma ortaya çıkmıştır. Çiftlik ölçekleri Avrupa ortalamasından daha düşük olup, aile çiftliklerinin %70,4'ü kendi işletmeleridir. Kırsal alanlardaki işsizlik oranları ortalama olarak %12,6'dır. Erkeklerde bu oran %14,1'e yükselmektedir. İşsizlik

³⁴⁷ Janet D. Momsen, Iren Szörenyine Kukorelli, "Gender and Rural Tourism in Western Hungary", http://www.soc.umk.pl/eec/2007/5_Momsen%20Kukorelli.pdf . ss.85-96.

³⁴⁸ Idara, Strategy for Integrated Development of Agriculture and Rural Areas in CEE Countries, "Identification of the Critical Socio-Economic Problems Facing Rural CEEC and Policy Proposals", Idara Working Paper, June 2002, <http://www.ilr1.uni-bonn.de/agpo/rsrch/idara/rural/D10.doc> . (16.08.2010).s, 30.

³⁴⁹ Imre Kovach and Luca Kristof, "Non-agricultural Economies as a Factor of Rural Sustainable Development in Hungary", Local Food Production, Non-Agricultural Economies and Knowledge Dynamics in Rural Sustainable Development: The Czech, Hungarian and Polish Cases), der: Krzysztof Gorlach and Imre Kovach, Institute for Political Science Hungarian Academy of Sciences, Budapest, 2006, s.76.

oranlarının yüksek olması birçok kişiyi büyük kentlere göçe zorlamaktadır ³⁵⁰. Macaristan'ın AB'ye katılmasından sonra üretimde ve pazarlama faaliyetlerinde önemli değişiklikler ortaya çıkmıştır. Günümüzde tarım işletmelerinin en önemli sorunu AB pazarlarında ayakta kalabilmek için rekabetçi bir yapıya kavuşturulmasıdır. Vergi iadelerinin ödenmesindeki gecikmeler de Macaristan tarımı açısından ciddi finansal problemler yaratmaktadır. Bu nedenle tarımda rekabetçi üstünlüğü sağlamanın, üretim ve fiyat riskleriyle başa çıkmanın en önemli yolu olarak kalitenin geliştirilmesinin yanı sıra, çiftlik faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve turizm gibi tarım dışı faaliyetlere yoğunlaşılması gerekli görülmektedir. “Tüm Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, Macaristan’da da istihdam yaratma, gelirleri artırma, kırsal çevrenin yenilenmesi ve bütünleşmesi, organik gıda üretimine çiftçilerin isteklerinin arttırılması, köylerin görünümünün ve altyapısının gelişmesi için tarımsal turizm özendirilmektedir”³⁵¹. Devlet kırsal alanda tarım işletmelerinin yeni bir faaliyeti olarak turizmin gelişmesi için vergi indirimi ya da vergi muafiyeti gibi teşvikler sağlayarak çiftçileri turizme yönlendirmeye çalışmaktadır.

Tarımsal turizm Macaristan'ın AB'ye katılımından sonra yayılma göstermektedir. “Özellikle süt kotaları, küçük ölçekli mezbahaların kapanması ve sıkı hijyen normları küçük ölçekli aile çiftliklerinin yaşama şansını azaltmaktadır. Çiftçiler arasında, bir kısmının geleneksel çiftçilik faaliyetlerini sürdürmek diğerlerinin de turizme yönelmek gibi farklı görüşler olmasına rağmen, tarımsal turizm katma değerli ürün ve hizmetler yoluyla alternatif bir geçim kaynağı yaratma konusunda ümit vermektedir”³⁵². “2000 yılındaki tarımsal sayıma göre, ulusal ekonomide tüm çalışanların %23,7’sinin ya tam-zamanlı ya da yarı-zamanlı bir hobi veya ek bir gelir sağlayıcı iş olarak tarımla ilgili faaliyetlerde aktif olarak çalıştığı belirtilmektedir”³⁵³.

³⁵⁰ Geniş bilgi için bkz. Anna Burger and Katalin Szep, “The Structure of Individual (Family) Farms in Hungary”, EAAE Seminar, Budapest 2007, <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/8517/1/sp07bu01.pdf> ; Laszlo Kulczar, “Hungary”, **FAO, Corporate Document Repository**, <http://www.fao.org/DOCREP/006/AD270E/ad270e02.htm>. (21.06.2010).

³⁵¹ Derek Hall, Rural Tourism Development in Southeastern Europe: Transition and the Search for Sustainability”, **International Journal of Tourism Research**, 6, 2004, s.171.

³⁵² Csilla Kiss, Borbala Simonyi ve Balint Balazs , “Alternative Agro-Food Networks in Hungary”, **Sustainable Consumption 2008**, 8th October 2008, Budapest, Hungary, s.79.

³⁵³ Podruzsik, s.154.

Vörös ve Gemma, Macaristan'ın merkezinde bulunan Pest bölgesindeki “Varga Ecofarm” örneğini vererek organik tarım ve tarımsal turizmdeki başarısını ele almaktadır³⁵⁴: Çiftlik, 10 hektarı girişimcinin kendisine, geriye kalanı ise kiralanmak suretiyle toplam 65 hektar üzerinde yer almaktadır. Kimyasal gübre kullanılmamakta, hayvan yetiştiriciliği yerli damızlık hayvanlara dayandırılmaktadır. Çiftliğin başlıca ürünleri kaliteli mandra ürünleri (taze süt, peynir, yoğurt, lor v.b.) ve domuz eti (salam, sosis, jambon, tütsülenmiş pirzola v.b.) dir. Mandra ürünleri çiftlikte işlenmekte, domuz ürünleri de dışarıda kiralanmış bir işletmede işlenmektedir. Çiftlikte bir içki barı, restoran, kırsal yemek hizmeti ve 70 kişiye yetecek kadar tarımsal turizm olanağı sunulmaktadır.

Macaristan'da kırsal alanlar, kentlerde yaşayanların tatillerde kırsal alanda yaşayan akrabalarını ziyaret etmeleri nedeniyle ziyaretçi akınına uğramasına rağmen, kırsal alanda yapılan tatilin ülke içindeki imajı, ucuz ve nisbeten sıkıcı bir tatil olarak algılanmakta ve yeterince turist çekememektedir. Bu nedenle “Macaristan'da doğa tatillerini ya da çiftlik faaliyetlerine katılımı içeren kırsal turizm hala ilk aşamalarında ve karlılığı düşük düzeydedir”³⁵⁵.

2.8.2.4. İspanya

Avrupa'nın kırsal bölgelerinin yeniden yapılandırılması ve OTP reformlarının sonucu olarak tarım ve hayvancılık sektörlerindeki daralma ve kırsal alanlarda yaşayan nüfusun azalması, 1980'li yıllardan sonra tarımsal faaliyetin çeşitlendirilmesini öngören tarım politikalarının yürürlüğe girmesine neden olmuştur. Özellikle 1992 yılında gerçekleştirilen ortak pazar reformları sadece tarımı geliştirmekten çok, mevcut kaynaklardan daha iyi yararlanılmasını öngören ve AB ülkelerinde daha etkin sonuçların elde edilmesini sağlayan değişimlerle bu yapıyı güçlendirmiştir. Kırsal ekonomilerin çeşitlendirilmesinde ve göçün önlenmesinde

³⁵⁴ Mihaly Vörös ve Masahiko Gemma, “Sustainable Farm Management Practices in the Enlarged EU: A Case Study of Integrated Ecofarm In the Central Hungary Region”, **Developing Entrepreneurship Abilities to Feed the World in a Sustainable Way**, 15th Congress, Campinas, August 2005, s.220.

³⁵⁵ Noemi Kulcsar, “Rural Tourism in Hungary: The Key of Competitiveness”, **09 Symposium for Young Researchers**, Tech Keleti Karoly Faculty of Economics, Budapest 2009 s.123.

önemli bir politika olarak görülen tarımsal turizm, İspanya’da da 1980’li yıllardan sonra bu politikaların sonucu olarak gelişme göstermiştir. “Tarımsal turizm İspanya’da yerel toplumlar ve özellikle de çiftçi aileler için tarımsal işletmeleri yeniden yapılandıran ve gelirleri artırıcı çağdaş bir faaliyet olarak düşünülmüş ve kırsal çevrede sürdürülebilir nüfus düzeyleri için hemen kabul edilmiştir”³⁵⁶. Literatürde İspanya’da tarımsal turizm ya da çiftlik turizmi üzerine çalışan yazarlar, tarımsal turizmin bu nedenle yeni bir turizm çeşidi olduğunu belirtmektedirler. Gerçekte ise İspanya’nın tarımsal turizm uygulamaları birkaç nedene dayalı olarak çok daha eskiye dayandırılabilir. Öncelikle kırsal alanlardan kente göç edenler tatil dönemlerinde tekrar kırsal alanlara dönmektedirler. Ayrıca İspanya’da üst sosyal sınıfta olanlar kırsal alanlarda tatil yapmaya ve sık sık ziyaret ederek dinlenmeye alışkındırlar. “1960’larda İspanya hükümeti kırsal alanlarda turistlerin konaklamaları için sunulan evlerin yenilenmesini teşvik etmiştir. Böylece, kırsalda yaşayan ailelere yeni gelir kaynakları sunulduğu gibi, kırsal binaların kalitesi geliştirilmiş ve kültürel miras korunmuştur”³⁵⁷.

1986 yılında AB’ne girdikten sonra bu yapı değişmeye başladıysa da, İspanya’da aile temeline dayalı ve kadının önemli olduğu bir tarım sektörü bulunmaktadır. Tarımsal turizm faaliyetlerinde de ailenin önemli olması, misafirlerin ağırlanmasında tüm ailenin rolünün bulunması, İspanya’daki tarım sektörünün yapısına da uygun olmuştur. Tarımda önemli rol oynayan kadınlar, tarımsal turizmde de bu rollerini devam ettirmekte ve bu faaliyetler onun geleneksel görevlerinin tamamlayıcısı olarak görülmektedir. “İspanya’da tarımsal turizmde kadının rolünü inceleyen araştırmalar, bu sektörde kadının yakın çevresine (ev, bahçe ve tarım alanı) ve kırsal alanın manzara ve genel görünümüne daha duyarlı olduğunu da göstermektedir”³⁵⁸.

³⁵⁶ Angel Paniagua, “Urban-Rural Migration, Tourism Entrepreneurs and Rural Restructuring in Spain”, **Tourism Geographies**, 4 (4), 2002, s.350.

³⁵⁷ Alba Caballe, “Farm Tourism in Spain: a Gender Perspective”, **GeoJournal**, 48, 2000, s.247.

³⁵⁸ M. Dolores Garcia-Ramon, Gemma Canoves ve Nuria Valdovinos, “Farm Tourism, Gender and The Environment in Spain”, **Annals of Tourism Research**, Vol. 22, No. 2, 1995, s.269.

İspanyol Ulusal Stratejik Planı başlıca şu hedefleri gerçekleştirmeye yönelmiştir³⁵⁹:

- Tarım ve ormancılık sektörünün rekabet gücünü arttırarak kırsal alanların nüfusunun azalmasına karşı mücadele etmek,
- Kırsal alanları ve çevreyi geliştirmek,
- Kırsal ekonominin çeşitlenmesini, yerel kapasitenin oluşumunu ve yaşam kalitesinin gelişmesini ve korunmasını sağlamak.

İspanyol Ulusal Stratejisi kırsal alanları korumayı, kırsal ekonomiyi çeşitlendirerek yeni gelir kaynakları yaratmayı ve nüfusun azalmasını önlemeye çalışmakta ve böylece tarım alanlarını korumayı planlamaktadır.

İspanya’da hemen hemen 950.000 kişi tarım işletmelerinde çalışmaktadır. Çiftliklerin %68’inde çiftçiler tam zamanlı çalışmaktadır. Tarımda çalışanların eğitim düzeyi AB ortalamasından daha düşüktür ve çalışanların yarısı 55 yaşın altındadır. Tarımda çalışanların nüfusunun azalmasını engellemek İspanya’nın en önemli sorunudur³⁶⁰.

İspanya’da 17 özerk bölge bulunmaktadır. Her özerk bölge tarımsal turizm ya da çiftlik turizmi ile ilgili olarak evlerin yenilenmesine ilişkin özel bağışlar sağlayan ve özel eğitim programları sunan farklı yasalara sahiptir. Bu durum bir bölgeden diğerine uygulamaları da değiştirmektedir. Çiftlik turizmi ve kırsal turizm tanımları bir bölgeden diğerine değiştiği gibi, konaklama olanakları ve hizmetler de değişiklik göstermektedir. Her bölge tanıtımlarında kendisinin diğer bölgelerden farklı ve tek olduğunu belirtmektedir. Ancak bu farklılıklar çoğu zaman pazarlamada güçlükler de ortaya çıkarmaktadır.

³⁵⁹ European Commission, “Agriculture and Rural Development, Rural Development Policy-Spain, 2007-2013”, http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/countries/es/index_en.htm . (22.10.2010).

³⁶⁰ Europa, “Rural Development Programs 4 Regions of Spain”, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/08/266&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en> . (22.10.2010).

Garcia-Ramon ve diğerlerinin, İspanya’da iki bölge arasında (Katalonya ve Galicia) karşılaştırmalı olarak yaptıkları araştırmada bu farklılıkları ortaya koymaktadır³⁶¹: Daha yüksek kişi başına düşen gelir düzeyine sahip Katalonya’da kırsal kesimde iki tip tarım işletmesi bulunmaktadır. Birincisi, devamlı kırsal alanda yaşayan ve tarımsal turizmden ek gelir sağlayanlar. Bunlar kentli olup kırsalda yaşamayı tercih etmektedir ve temel geçim kaynakları kırsal turizmdir. İkinci grup, küçük çapta sebzeçilik ve hayvancılık yapanlardır. Her iki grubun da tarımsal arazisi ortalama olarak 55 hektar kadardır. Elde edilen ürün ya pazara götürülmekte ya da ev halkı tarafından tüketilmektedir. Çiftlik evleri geleneksel rustik tarzda döşenmiştir. Ziyaret edenler genellikle orta ve üst sosyal sınıftan çocuklu aileler ya da çiftlerdir.

İspanya’nın kuzey-batısında bulunan Galicia’da da iki konaklama türü bulunmaktadır. Birincisi, kırsal alanların kıyılarında ekonomik tatil niyetiyle 60’lı yıllarda ortaya çıkan ve daha sonraki yıllarda finansal yardım alarak yenilenen konaklama türüdür. İkincisi ise, 1992 yılında kırsal evlerin yenilenmesi için yapılan restorasyonların sonucunda geliştirilen en az elli yıllık evlerdir. Rahat ve rustik tarzdaki geleneksel atmosfer bu evlere büyük bir ilgi yaratmaktadır. Bu bölgenin Katalonya’ya göre dezavantajı mevsimin kısa olması, genellikle yaz aylarında uzun süre konaklanması ve hafta sonu kısa tatiller için uygun olmaması olarak belirtilmektedir³⁶².

Kırsal alanlardaki konutların yenilenmesinde AB fonlarından destek alınmaktadır. “AB fonlarının 5b hedefine uygun olan alanlar LEADER projeleri üzerinden ek bağış alabilmiştir. İspanya’da LEADER I projelerinin %69’u kırsal turizm üzerine yoğunlaşmıştır”³⁶³. Tarımsal turizm İspanya’da İngiltere’de olduğu kadar gelişme göstermemiş olmakla birlikte, geri kalmış bölgelerin kalkınmasında güçlü bir araç olarak görülmektedir. Örneğin “Kanarya Adaları’nda konaklama olanakları, yemek hizmeti ve boş zaman faaliyetlerinin yanı sıra yerel ürün ve el sanatlarının doğrudan satışı gibi yararlar sağlamıştır. Ayrıca bu sayede alternatif gelir sağlanarak toplumda çiftçinin statüsü korunmuş, kırsal toplumda kadının rolü

³⁶¹ Ramon, Canoves ve Valdovinos, ss.272-274.

³⁶² Ramon, Canoves ve Valdovinos, ss.272-274.

³⁶³ Caballe, s.247.

sürdürülmüş, mimari ve kültürel mirasın restorasyonu ve kültürel değişim de sağlanmıştır”³⁶⁴.

2.8.2.5. Portekiz

Tarımsal turizm Portekiz’de de 80’li yıllardan sonra gelişme gösteren yeni bir olgudur. “1996 yılında çiftliklerin sadece %0,5’i tarımsal turizm işletmesi olarak kayıtlıdır”³⁶⁵. Başlangıçta tarımdan sağlanan gelirleri tamamlamak amacıyla bir oda kiralamak şeklinde daha çok pansiyonculuğa dayalı olarak yapılırken, daha sonra sunulan hizmetler yörelere uygun olarak çeşitlendirilmiştir. Günümüzde müşterilerin taleplerini karşılayan ve onların tekrar gelmelerini sağlayan bir strateji izlenmeye çalışılmaktadır. Diğer AB ülkelerinde olduğu gibi Portekiz’de de tarımsal turizm 1980’lerde tarımda yaşanan krize çözüm yolu olarak görülmüş ve kırsal alanlarda ekonomik faaliyetin çeşitlendirilmesi yoluyla yeni gelir kaynakları yaratılmaya çalışılmıştır. Farklı kırsal bölgelerde bulunan eski evler ve çiftlikler devletten sağlanan fonlarla restore edilerek kırsal turizm ve tarımsal turizm gelişme göstermiştir. Ayrıca, yöreye özgü ürünlerin üretiminde uzmanlaşılması da o yörede turizmin gelişmesine büyük katkı yapmaktadır. Örneğin, “kuzey bölgesinde bulunan Douro vadisindeki üzüm bağlarından elde edilen Oporto şarabı yörenin tarımsal turizmüne önemli katkı yapmaktadır”³⁶⁶.

Portekiz’de Turizm Genel müdürlüğü kırsal alanda yapılan konaklamaları şu şekilde sınıflandırmaktadır³⁶⁷:

- TR (Rural Tourism)- Kırsal Turizm: eski klasik mimari tarzda evler,
- AT (Agritourism)-Tarımsal Turizm: kırsal konaklama, halen faal olan çiftliklerde konaklama,

³⁶⁴ Eduardo Para Lopez ve Francisco Javier Calero Garcia, “Agrotourism, Sustainable Tourism and Ultraperipheral Areas: The Case of Canary Islands”, **Pasos**, Vol. 4, No.1, 2006 s.86.

³⁶⁵ Rural Tourism International, “Portugal-Rural Tourism Sector”, <http://www.ruraltourisminternational.org/Portugal> . (11.02.2011).

³⁶⁶ Paulo Duarte, “Evolution of Rural Tourism in Portugal: 25 Years Analysis”, e-Review of Tourism Research (Ertr), Vol.8, No.3, 2010, <http://ertr.tamu.edu/> (22.11.2010).s.43.

³⁶⁷ Rural Tourism International, “Portugal:Rural Tourism Sector” <http://www.ruraltourisminternational.org/Portugal> . (22.11.2010).

- TH (Tourism-Habitation)-Turistik malikaneler: XVI-XVII yüzyıldan kalma eski malikaneler, özel oteller ve kırsal alandaki diğer küçük şatolar,
- CC (Countryside Houses)- Kır evleri: klasik bağımsız kiralık evler.

Kırsal alandaki bu konaklama şekillerinden en fazla TR ve TH tipi konaklamalar turistler tarafından tercih edilmekte, bunlara göre tarımsal turizm daha düşük düzeyde talep bulunmaktadır.

Portekiz AB NUTS (Nomenclature of Territorial Units for Statistics) sistemine göre, Azores, Alentejo, Algarve, Merkez, Lizbon, Madeira ve Kuzey Bölgesi olmak üzere yedi bölgeye ayrılmıştır. Tarımsal turizm ilk kez üzüm bağlarıyla ünlü kuzey bölgesinde gelişme göstermiştir. Bugün kuzey Minho'dan Algarve'ye, Azore adalarından Maderia adalarına kadar kırsal alanlarda tarımsal turizmle uğraşan çiftlikler bulunmaktadır. "Portekiz'de çiftlik sayıları 2003-2007 yılları arasında %30,6 oranında azalma göstermiştir"³⁶⁸. Azalma tarım sektöründeki teknolojik gelişmelerle ilgili olduğu kadar, küçük işletmelerin sayısındaki düşüşten de kaynaklanmaktadır. Rekabet üstünlüğü sağlayan büyük işletmelerin sayısı artarken, küçük işletmeler kapanmaktadır.

Portekiz'de tarımsal turizm işletmeleri müşterilerinin çiftlikte konaklamalarını sağlamaktadır. Genellikle mobilyalı bir ev, yemek yapmak için gerekli malzemelerin bulunduğu mutfak, yatak odaları, banyo ve açık havada yemek yiyebilmek için veranda bulunmaktadır. Ev sahibi misafirlerine yerel ve organik ürünlerden hazırlanmış kahvaltı sunmaktadır. Sessiz, doğal çevre ve temiz havada, çiftlik hayvanlarıyla ve tarımsal deneyim kazanarak bir tatil yapmak mümkün olabilmektedir. Ürünlerin nasıl yetiştiğini, nasıl hasat edildiğini ve mısır, hindistan cevizi, şeker kamışı ve ananas gibi ürünlerin nasıl işlendiğini göstermek için turlar düzenlemekte ve çiftliğin işleyişi hakkında eğitimler verilmektedir. Eğlence çiftlikleri (entertainment farms) denilen tarımsal turizm faaliyetlerinin daha geniş bir çerçevede yapıldığı çiftliklerde, daha önce canlı olarak ördek, tavuk, domuz gibi

³⁶⁸Eurostat, "Farm Structure".

çiftlik hayvanlarını görmemiş veya dalından meyva toplamamış olan çocuklar için turlar düzenlenmektedir. Bu çiftlikler “*kendi ürününü kendin topla*” faaliyetleri, piknik olanakları, eğlence amaçlı mısır labirentleri, çiftlik hayvanlarıyla birlikte olma, binicilik eğitimleri gibi hizmetler sunmaktadır.

2.8.2.6. Yunanistan

Tarımdan sağlanan gelirin azalması tarım işletmelerini yeni gelir kaynaklarını aramaya ve faaliyetlerini çeşitlendirerek bir dönüşüm içine girmeye zorlamıştır. AB ve ulusal politikalar da tarım işletmelerinin bu dönüşüm sürecini desteklemiştir. Kırsal alanların genellikle en önemli sektörü olan tarım, ekonomik ve sosyal açıdan ve özellikle de istihdam açısından olumsuz olarak etkilenmiştir. “Yunanistan tarım sektöründe uzun yıllar devlet egemen olup, tarımın modern ve etkin bir sektöre dönüşümü oldukça güç olmuştur. Tarımdan modern bir topluma dönüşüm hala tamamlanmış değildir”³⁶⁹. Tarım sektöründeki istihdam diğer sektörlerdeki gelişmeden etkilenerek hem sayısal olarak hem de toplam istihdam içindeki payı açısından azalma göstermektedir. Ülkenin büyük bir kısmını oluşturan oldukça dağlık, marjinal ve uzak alanların terk edilmesi, sonunda ıssızlaşmaya yol açan, sosyal koşulların hızla bozulmasına neden olmuştur. Birçok bölgede altyapı eksiklikleri mevcuttur ve hala tarımdaki istihdam yüksek düzeydedir. Tarım işletmelerinin yapısında ve gelirlerinde eşitsizlikler bulunmaktadır”³⁷⁰.

“Yunanistan’da tarımsal turizm tarımsal mal ve hizmet sunumunun sonucunda ek bir gelir sağlayan ailelerin işlettiği küçük işletmeler ya da kooperatif şeklinde gerçekleştirilen faaliyetler olarak görülmektedir”³⁷¹. Böylece yerel ya da bölgesel ekonomiyi geliştirmekte ve tarımsal nüfusun kentsel alanlara göç etmesi önlenmektedir. “Tarımsal turizm, çiftlik turizmi ve kırsal turizm kavramlarının birbirinin yerine kullanıldığı Yunanistan’da, diğer Avrupa ülkeleriyle karşılaştırıldığında, tarımsal turizmin gelişiminde önemli bir gecikme

³⁶⁹ Y. Barlas ve diğerleri, “Factors Influencing the Integration of Alternative Farm Enterprises Into The Agro-Food System”, **Rural Sociology**, 66(3) 2001, s.343.

³⁷⁰ Barlas ve diğerleri, s.343.

³⁷¹ Olga Iakovidou ve Stavriani Koutsou, “The Role of Women’s Agrotourism Co-operatives to the Development of Rural Tourism In Greece”, **Thessaloniki**, June 2007, s.1.

gözlenmektedir”³⁷². Başlangıçta, kıyı bölgelerinde çiftçilerin misafirperverlik ve yerel ürünlerin üretimine ağırlık verdikleri, deneme mahiyetinde uygulamalar görülmektedir. Ancak bu uygulamalar kıyı bölgelerinde kitle turizmindeki hızlı artış ve örgütlenmemiş turizm politikası nedeniyle başarılı olamamıştır. 1980’li yılların sonlarında ve 1990’lı yılların başlarından itibaren uygulamaların yoğunlaştığı dönemde tarımsal turizmin Yunanistan’daki bilinirliği artmıştır. Bu yıllardan sonra özellikle dağlık, geri kalmış kırsal alanlar ve dezavantajlı bölgelerin kalkınması ve çok sayıda tarımsal turizm işletmesinin yaratılması için AB fonlarından yardım alınmıştır. Özellikle doğal güzelliği, peyzaj kalitesi ve kültürel mirası olan alanlarda AB fonlarından LEADER, yatak+kahvaltı ya da pansiyonculuk gibi konaklama olanaklarının iyileştirilmesi ve diğer eğlence, kültürel faaliyetler ve yörenin imajının geliştirilmesine katkı sağlamıştır.

“Güney Avrupa’nın kırsal bölgelerinde olduğu gibi, Yunanistan’da da bu süreç hem tarımın modernleşmesine hem de faaliyetlerin çeşitlendirilmesine olanak sağlayan, kırsal yerleşim nüfusunu, özellikle de onun en dinamik bölümlerini koruyan turizmin geliştirilmesine bağlıdır”³⁷³. “Kırsal nüfus toplam nüfusun %41’ini oluşturmaktadır. Yunanistan’ın ağır endüstrisi olarak kabul edilen turizm, 720.000 doğrudan iş olanağı yaratarak (aktif nüfusun %18,3’ü) GSYİH’ya %18,4 katkı sağlamaktadır. Ortalama büyüklüğü 4 hektar olan (AB’nde ortalama 16,4 hektardır) çiftliklerin sayısı 700.000’dir ve sayısı giderek azalmaktadır”³⁷⁴. Tarımsal turizm tarım işletmelerinin korunmasında önemli bir rol oynadığı gibi, turizmi sadece sahillerde yapılan bir olgu olmaktan çıkarıp, marjinal ve yoksul bölgeleri kalkındıran bir etkinliğe dönüştürmektedir.

Yunanistan’da iş yerini ve kırsal ailenin yaşadığı yeri kuşatan ”izole bir çiftlik modeli” ile karşılaşmamaktadır. Kırsal konutlar, tarımsal üretimin yapıldığı tarlaların içinde değil, yerleşim merkezlerinde toplu olarak bulunmaktadır.

³⁷² Iakovidou ve Koutsou, ss.1-2.

³⁷³ Eudokia Balamou ve Demetrios Psaltopoulos, “Nature of Rural-Urban Interdependencies and Their Diffusions Patterns In Southern Greece: An Interregional Sam Model”, **RURDS**, Vol 18, No. 1, March 2006, s.61.

³⁷⁴ Maria Apostolou ve Efstratios Papanis, “Agrotourism in Greece”, Greek Social Research, Eytepa 3, 2007, <http://epapanis.blogspot.com/2007/09/agritourism-in-greece.html> (22.12.2010).

“Pansiyonculuk, yatak+kahvaltı ve kendi yemeğini hazırlayarak konaklama biçimi oldukça yaygındır. Bu tarz konaklamalar çiftçilerin yükünü azalttığı gibi, misafirlerin ve çiftçilerin özel yaşamlarını da koruduğu için tercih edilmektedir”³⁷⁵. Ayrıca, birçok çiftliğin ürünlerini bir araya getirerek satan kooperatif şeklinde tarımsal turizm etkinlikleri de yapılmaktadır. Çiftçiler satılması için ürünlerini kooperatiflere getirmektedir. Böylece kooperatifler çiftçinin ürettiği ürünlerin pazarlama kanalı gibi hizmet vermektedir.

Yunanistan’da turistler çiftlik işlerini kendilerinin yapması ve deneyimlerin paylaşılması gibi gereksinimlerden daha çok, sessizlik, manzara ve yaz tatili için kırsal alanları tercih etmektedir. “Yunanistan’da kırsal alanlardan kente doğru göçün olması ve şehir sakinlerinin daha önce yaşadıkları köy ve kasabalarla bağlarını koparmamaları ve tatillerde köyelerine gitmeleri diğer Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, tarımsal turizmde “*köklerine geri dönme*” ya da “*kırsal dünyanın otantikliği*” olgusunu güçlü bir gereksinim olarak ortaya çıkarmamaktadır”³⁷⁶.

Diğer AB ülkelerinde olduğu gibi kadınlar da tarımsal turizmde ve kırsal kalkınmada önemli rol oynamaktadır. Pansiyon işlerinden ve misafirlerin ağırlanmasından sorumlu olan kadınlar, ekonomik bağımsızlıklarını kazanmakta ve yerel ekonomiye katkı sağlamaktadır. Yerel el sanatları, dokuma, ipek nakışçılık, ahşap oymacılık gibi amaçlarla tarımsal turizmde oluşturulan kadın kooperatifleri reklam, yönetim konularında eğitim, Tarım Bakanlığı’ndan ve küçük ve orta ölçekli işletmeleri destekleyen Yunan örgütlerinden alınan krediler gibi özel teşviklerle de desteklenmektedir. Kadının aktif olarak çalışması sosyo-kültürel yapıda da değişimlere yol açmaktadır. “Kadının ekonomik bağımsızlığını kazanması yeni bir aile yapısını ortaya çıkarmakta, aile üyeleriyle ilgili temel konularda karar verici olan ataerkil yapı bozulmaktadır. Turizmin gelişmesinden yararlanan kadınlar sadece üretim alanında değil, aynı zamanda bu alanlardaki sosyal yapıda da durumlarını geliştirmektedirler”³⁷⁷. Ayrıca, “değişen değerler ve kadının toplumdaki rolüyle ilgili

³⁷⁵ Apostolou ve Papanis.

³⁷⁶ Iakovidou ve Koutsou, s.2.

³⁷⁷ Paris Tsartas, “Tourism Development in Greece Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues”, **Journal of Sustainable Tourism**, Vol.11, No.2&3, 2003, s.117.

tutumlar, kırsaldaki kadın için tarımsal turizm, organik tarım, kültür, gelenekler ve çevrenin tanıtımı ile ilgili faaliyetler gibi yeni iş fırsatları da yaratmaktadır”³⁷⁸.

Geliştirilmesi öncelikli olan ve devlet desteği alan yörelerde ve adalarda tarımsal turizmle uğraşan çiftçilerin tatmin düzeyi diğer yörelere göre daha yüksektir. Bu da tarımsal turizmin gelişmesinde etkili olan altyapı, reklam ve diğer faktörlerin bu bölgelerde desteklenmesinden kaynaklanmaktadır. Yunanistan’ın tarımsal turizmde bugünkü amacı kıyı turizmiyle rekabet edecek şekilde, tarımsal turizm alanlarının örgütlenmesi ve belirli bir imajın kazandırılması ve tarımsal turist profiline oluşturulması üzerine yoğunlaşmaktadır.

2.8.2.7. Polonya

2004 yılında AB’ye katılan ve AB’nin dördüncü büyük ülkesi olan Polonya’nın toplam yüzölçümünün %93’ü kırsal alanlardır. Toplam alanların %51’inin tarım alanları olması nedeniyle esas olarak bir tarım ülkesidir. “Tarımsal alanların %25’i büyük özel tarım işletmelerine (20 hektardan daha büyük) aittir ve toplam tarımsal üretimin %75’ini üretmektedirler. Üretimin geriye kalan %25’i uzun dönemde rekabet etme şansı olmayan küçük çiftlikler tarafından sağlanmaktadır. AB de 17 hektar olan ortalama çiftlik büyüklüğü Polonya’da 7,2 hektar kadardır”³⁷⁹. Strateji eksikliği nedeniyle AB tarafından eleştirilen tarım sektöründe işgücünün %20’si istihdam edilmektedir³⁸⁰. İki milyondan fazla olan tarım işletmesinden 10.000’i misafir ağırlamaktadır.

Polonya AB’ye girdikten sonra tarım, çevre ve hayvan refahı ile ilgili Topluluk hedeflerine ulaşma konusunda yeni fırsatlar elde etmiştir. “Özellikle tarımsal çevreyle ilgili önlemler ve hayvan refahı, çiftçilik yöntemlerinde yeni ve kaliteli bir anlayış getirmiştir. Kırsal alanlarda sürdürülebilir ekonomik büyümeye

³⁷⁸ Hristos Vakoufaris ve diğerleri, “Women’s Cooperatives and Their Contribution to the Local Development of the North Aegean Region, Greece”, **Journal of Rural Cooperation**, 35 (1), 2007, s.20.

³⁷⁹ USDA, “EU Enlargement: Polish Farm Consolidation Quickens as EU Accession Approaches”, January 14, 2003, http://www.fas.usda.gov/pecad2/highlights/2003/01/iapr_poland/index.htm (08.02.2011).

³⁸⁰ Wachter, s.4.

verilen büyük önem nedeniyle çiftçilerin gelirini arttıran tüm yöntemler daha önemli hale gelmiştir. Polonya’da kırsal alanların çevresel ve doğal değerleri ve peyzajı nedeniyle oldukça hızlı geliştirilmesi gereken faaliyetlerden birisi de tarımsal turizmdir”³⁸¹.

“Uyum politikası alanında, Polonya’nın başlıca kalkınma hedefi ve öncelikleri ulusal strateji çerçevesinde belirlenmiştir. Bu hedeflerden biri hedef 6: “kalkınma şansının eşitlenmesi ve kırsal alanlarda yapısal değişimlerin desteklenmesi” dir. Bu hedef doğrultusundaki problemler genellikle iki düzeyde ele alınmaktadır. Birincisi kırsal alanda yaşayanların gelir düzeyini artırmak, ikincisi ise bu alanların ekonomik büyümesinin sağlanması için potansiyelini kullanmak ve istihdamı arttırmaktır”³⁸². Kırsal alanlarda yapısal değişimi sağlamak, ek gelir olanakları yaratmak ve istihdamı artırmak için girişimciliğin geliştirilmesi ve tarımsal turizm gibi tarım dışı faaliyetlerin artırılması öngörülmektedir.

Polonya’da kırsal alanlarda turizm 19. yüzyıldan beri gelişmekle birlikte, 20. yüzyılın sonunda pazar ekonomisine geçilmesinin ve tarım sektörünün yeniden yapılandırılmasının sonucu olarak turizmin gelişmesi hızlanmıştır. Polonya’nın coğrafi konumu, ormanları, gölleri, korunan ulusal alanları ve kültürel yerleri, Batlık Denizi kıyısı ve dağlık bölgelerine ilişkin doğal güzellikleri ve tarihi yerleri kırsal ve tarımsal turizm için çok geniş olanaklar sağlamaktadır. Polonya’nın AB’ye entegrasyonundan sonra, özellikle okul grupları, öğrenciler gibi genç insanların ve diğer grupların ilgisi de artmıştır. Bu gelişmede pahalı olmayan, gençleri ve grupları hedef alan kırsal/tarımsal turizm paketlerinin rolü de bulunmaktadır.

Polonya’da tarımsal turizmi geliştiren unsurlardan biri de organik tarım yapan işletmelerin sayısının artmasıdır. “2000-2004 yılları arasında organik tarım işletmelerinin sayısı üç kat artmıştır. Organik tarımda turizmin gelişmesinden sorumlu örgüt 1993 yılında kurulan ECEAT (Eko-Tarımsal Turizm Avrupa

³⁸¹ T. Zarski, K.Klimaszewski ve R.Dworakowski, “Agri-Environmental Measures, Animal, Welfare and Agrotourism- Polish Farmers’ View”, **ISAH**, Vol 2, Warsaw, Poland, 2005, s.157.

³⁸² UN, “Poland Rural Development”, <http://www.un.org/esa/agenda21/natlinfo/countr/poland/ruralDevelopment.pdf>. (08.02.2011).

Merkezi)dır. Organik tarım, sürdürülebilir arazi kullanımı, doğanın ve çevrenin korunması, kırsal kalkınma, kültürel mirasın ve doğal güzelliklerin korunmasını destekleyerek turizmi geliştirmektedir”³⁸³

Polonya’da çevrenin ve kültürel mirasın korunması açısından önemli olan tarımsal turizm uygulamalarının en önemli kısmı kuzey doğu Polonya’da Mazury Gölü Bölgesi’nde bulunmasına rağmen, kuzeyde, orta kısımlarda ve Baltık Denizi kıyılarında, batı bölgelerinde ve güney Polonya sınırı boyunca dağlık bölgelerde de faaliyetler görülmektedir³⁸⁴. Ayrıca, “Polonya yüzölçümünün %8’ini oluşturan ve ülkenin en az nüfus yoğunluğunun bulunduğu orta-doğu kesimi de endüstrileşmemiş, düşük kentleşme oranı ve tarımın önemli olduğu bir bölge olup, doğal güzelliği ve peyzajı ile korunması gereken bir bölgedir”³⁸⁵. Güneydeki dağlık bölgelerde bulunan tarım işletmeleri büyük kentlere daha yakın ovalardaki işletmelerle rekabet içindedirler. Dağlık bölgelerde işlenebilir toprakların sınırlı olması, fakir toprak, dağ iklimi ve hayvancılığın azalması göçün artmasına ve tarım nüfusunun azalmasına neden olmaktadır. “Tarımsal turizm; kırsal alanlarda konaklama, çeşitli faaliyetler ve dinlenme olanakları yaratarak genç insanların çiftliklerde kalmalarını sağlamak ve onlara ek gelir yaratmak ve gerektiğinde terk edilen çiftlikleri devralmak suretiyle küçük tarım işletmelerine yardım etmektedir”³⁸⁶.

Polonya’da tarımsal turizme arz cephesinden bakıldığında talebi tatmin etmek için yeterli konaklama olanağı bulunduğu görülmektedir. Tarımsal turizm işletmelerinin çoğunda çiftçi ailenin yanı sıra on kişiye kadar misafirin konaklamasına elverişli odası, sıcak suyu, mutfak olanakları bulunmaktadır. Misafirler bir aile çiftliğinde bir oda kiralayabilecekleri gibi, çiftlikte bir dağ evi de kiralayabilirler. Bazı çiftlikler kamp yeri ve çadır ve malzemeleri de misafirlere sağlayabilmektedir. Çiftliklerde geçirilen tatillerde misafirler çiftlik işlerine

³⁸³ Wachter, s.4.

³⁸⁴ Cecilia Hegarty ve Lucyna Przezborska, “Rural andA gri-Tourism as a Tool for Reorganising Rural Areas in Old and New Member States- A Comparison Sudy of Ireland and Poland” **International Journal of Tourism Research**, 7, 2005, s.66.

³⁸⁵ Ewa Skowronek ve diğerleri, “The Evolution of Rural Landscapes in Mid-Eastern Poland as Exemplified by Selected Villages”, **Landscape and Urban Planning** 70, 2005, ss.45-56.

³⁸⁶ Leslaw Czetwertynski-Sytnik E. Koziol K. R. Mazurski, “Settlement and Sustainability in the Polish Sudetes”, **GeoJournal** 50, 2000, s.282.

katılabilir, ata veya bisiklete binebilir, gölde ya da nehirde balık avlayabilir ya da çevrede yürüyüş yapabilirler. Hegarty ve Przeborska 2005 yılında Polonya'nın Wielkopolska bölgesinde yaptıkları araştırmada, "tarımsal turizm işletmelerinin sahibi tarafından yönetilen, küçük ölçekli aile işletmeleri olduğunu belirtmektedirler. Girişimciler daha çok 41-50 yaşları arasında, %73'ü orta düzeyde eğitilmiş ve %47'si genellikle Almanca ya da Rusça olmak üzere en az bir yabancı dil konuşabilen kişilerdir. Çiftliklerin %85,2'sinde turizm geliri ana gelir kaynağına ek olarak sağlanan bir gelirdir. Çiftliklerin sadece %6,6'sı turizmi ana gelir kaynağı olarak belirtmişlerdir. Çiftliklerin çoğu yemek hizmeti vermekte ve ürettikleri ürünlerin (süt, peynir, yumurta, meyva ve sebze) doğrudan satışını yapmaktadır"³⁸⁷.

Polonya Avrupa pazarlarının büyüyen ihtiyacını karşılayacak şekilde mal ve hizmet üreterek, tarım dışında çok sayıda faaliyet sağlayan işletmelerin gerçekleştirdikleri her çabada kaliteyi sağlayarak, sürdürülebilir turizm pazarlarını teşvik etmeye çalışmaktadır. Polonya mirasını ve geleneksel otantik kırsal çevreyi ve yaşamı korumak için tarımsal turizmin geliştirilmesinin önemi vurgulanmaktadır.

³⁸⁷ Hegarty ve Przeborska, ss. 69-70.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TARIMSAL TURİZM

3.1. TÜRKİYE’DE TURİZMİN BOYUTU

2005 yılında Türkiye’nin GSYİH’nın %5,0’ini oluşturan turizm (Tablo 22), hizmetler sektörü içinde birinci sırada yer almaktadır. Turizmin hızla gelişmeye başladığı 1980’li yılların başlarında GSYİH’nın %0,6’sını oluşturan turizm sektörü, yıllar itibariyle giderek artan bir seyir izlemiş ve 2001 yılında en yüksek düzeyine ulaşarak, GSYİH içinde payı %6,9’a ulaşmıştır.

Tablo 22: Turizmin GSYİH İçindeki Payı ve İhracata Oranı

Yıllar	Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı	Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı
1980	0,6	11,2
1983	0,8	7,2
1990	2,1	24,9
2000	3,8	27,5
2001	6,9	32,1
2005	5,0	24,7
2006	5,2	19,7
2007	2,8	17,3
2008	3,0	16,6
2009	3,4	20,8
2010	2,6	18,3

Kaynak: TÜRSAB, Turizmin Ekonomideki Yeri,
<http://www.tursab.org.tr/tr> (28.06.2011).

2001’den sonra turizm gelirlerinin gerek GSYİH içindeki payı ve gerekse ihracata oranı giderek azalma göstermiştir. 2009 yılında dünyada yaşanan krizin etkisiyle GSYİH içindeki payı %3,4 olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında ihracat gelirleri de azalma gösterdiğinden, turizmin ihracata oranı ise bir miktar artış göstererek %20,8 olmuştur.

Tablo 23’de görüldüğü gibi, Türkiye’ye gelen yabancı turist sayıları da yıllar itibariyle artış göstermektedir. 1990’lı yıllarda 5,5 milyon kişi olan yabancı turist sayısı, 2000 yılında 10,4 milyon kişiyi 2010 yılında ise 28,6 milyon kişiyi geçmiştir.

Tablo 23: Turist Sayısı ve Turizm Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı

	Turist Sayısı (1000)	Yıllık Değişim (%)	Turizm Geliri Milyon Dolar	YıllıkDeğişim (%)
1991	5.517	2,4	2.654	-17,7
1992	7.076	28,2	3.639	37,1
1993	6.500	-8,1	3.959	8,8
1994	6.670	2,6	4.321	9,1
1995	7.726	15,8	4.957	14,7
1996	8.614	11,5	5.650	14
1997	9.689	12,5	7.002	23,9
1998	9.752	0,7	7.177	2,5
1999	7.487	-23,2	5.203	-33,4
2000	10.428	39,3	7.636	46,8
2001	11.618	11,4	8.090	5,9
2002	13.256	14,1	8.473	4,7
2003	14.029	5,8	13.203	55,8
2004	17.516	24,9	15.888	20,3
2005	21.124	20,6	18.154	14,3
2006	19.819	-6,2	16.851	-7,2
2007	23.340	17,8	18.487	9,7
2008	26.336	12,8	21.911	18,5
2009	27.077	2,81	21.249	-3,0
2010	28.632	5,7	20.806	-2,0

Kaynak:TÜİK, Turizm İstatistikleri,

<http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-38683/turizm-istatistikleri.html> . 01.08.2011).

Ancak 2008 yılında başlayan turist sayısı artış hızındaki azalma, 2009 yılında küresel krizin etkisiyle önceki yıla oranla sadece %2,81 oranında bir artışa neden olmuştur. Ancak “2010 yılı Nisan, Mayıs, Haziran aylarından oluşan II. Dönemde

turist sayısı önceki yıla oranla % 8,2 artış göstermiştir”³⁸⁸. Böylece 2008 yılı ortalarından sonra ve 2009 yılında azalma gösteren artış oranının 2010 yılından itibaren tekrar yükselmeye başlamıştır. “Türkiye’ye en çok turist gönderen ilk on ülke sırasıyla Almanya, Rusya Federasyonu, İngiltere, Bulgaristan, İran, Hollanda, Fransa, ABD, Gücistan ve Ukrayna’dır”³⁸⁹. Turist sayılarındaki artışa paralel olarak turizm gelirleri de artış göstermektedir. 1991 yılında 2 milyar 654 milyon dolar olan turizm gelirleri 2000 yılında 7,5 milyar doların üzerine çıkmış, 2010 yılında ise 20 milyar 806 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Turist sayılarının azaldığı yıllarda turizm gelirleri de azalma göstermiş, ekonomik kriz ve kuş gribi olaylarının yaşandığı 1999, 2006 ve 2009 yılları turizm gelirlerinde azalmanın yaşandığı yıllar olmuştur.

Turizm sektörünün gelişimine paralel olarak istihdam olanakları da artış göstermektedir. Sektörün emek-yoğun sektör olması, makineleşme ve otomasyonun sınırlı olması istihdam olanaklarını da artırmaktadır. Ayrıca, turizme bağlı olarak gelişen ulaştırma ve turizm sektörüne mal ve hizmet veren yan sektörlerde yaratılan istihdam olanakları da düşünüldüğünde, turizmin istihdam yaratma gücü daha da artmaktadır. 1993 yılında otel, restoran, ulaştırma işletmeleri ve seyahat acentelerini içeren sektördeki istihdam miktarı 647.000 kişi iken, 1997 yılında %40 oranında artarak 891.000 kişiye ulaşmıştır. 2009 yılında turizmde istihdam edilen kişi sayısı 1.049.000 kişidir. 2010 yılında bir miktar artış göstererek 1.084.000 kişiye ulaşmıştır. Ağırlıklı olarak erkeklerin istihdam edildiği (917.000 kişi) sektörde kadın çalışan sayısı toplam işgücünün %15’i kadardır³⁹⁰. Turizm sektöründeki istihdamın olumlu ve olumsuz yönleri bulunmaktadır. İstihdamın mevsimlik olması olumsuz yönünü oluştururken, yarı nitelikli ve niteliksiz işgücünü istihdam etmesi, kadın işgücüne iş olanağı yaratması, kırsal alanda yaşayanların arazilerini karavan turizmi, kamping gibi turizm faaliyetlerine açması ile işsizliğin azaltılması olumlu yönlerini oluşturmaktadır.

³⁸⁸ TUİK Haber Bülteni, www.tuik.gov.tr.

³⁸⁹ TUİK, Turizm İstatistikleri 2009, s.21.

³⁹⁰ TUİK, “İşgücü İstatistikleri: İstihdam Edilenlerin yıllar ve Cinsiyete Göre İktisadi Faaliyet Kolları”, <http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do> . (11.02.2011).

Tablo 24: Yabancı Ziyaretçilerin Geliş Nedenlerine Göre Dağılımı

Toplam İçindeki Pay (%)								
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Gezi, Eğlence	52,27	57,19	56,32	56,74	57,2	51,9	56,6	58,5
Kültür	9,17	9,10	8,31	7,71	7,6	6,1	6,0	6,4
Sportif İlişkiler	1,28	1,16	1,30	1,48	1,4	1,1	1,6	1,5
Yakınları ziyaret	7,94	8,78	6,96	7,21	8,6	11,7	10,8	11,1
Sağlık	0,97	0,74	0,86	0,92	1,0	0,9	0,8	0,7
Dini	0,31	0,54	0,49	0,42	0,6	0,6	0,7	0,4
Alışveriş	8,29	6,80	8,03	7,19	6,3	6,9	5,7	4,8
Toplantı, Konferans Kurs, Seminer	2,40	2,11	2,48	2,24	2,4	2,7	3,4	2,9
Görev	5,00	5,12	6,05	5,62	5,0	6,3	3,0	2,7
Ticari İlişkiler, Fuar	5,03	3,37	3,69	4,38	3,5	4,5	4,5	4,3
Transit	3,08	2,27	1,99	1,16	2,3	2,0	0,2	1,1
Eğitim (2003’den itibaren)	0,00	0,00	0,66	0,86	0,5	0,6	0,7	0,7
Diğer	4,27	2,82	2,86	4,06	3,6	4,6	6,1	4,9
Toplam	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: TÜRSAB, “Yabancı Ziyaretçi Profilineki Gelişmeler: TÜİK Yabancı Ziyaretçi Çıkış Anketlerinin Analizi (2001-2008) (Yabancı ziyaretçi)”, **Ar-Ge Departmanı**, Mart 2009.

Türkiye’ye gelen yabancı turist profili ve Türkiye’ye geliş nedenleri incelendiğinde (Tablo 24) özellikle son yıllarda bir değişimin olduğu görülmektedir. Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin yarısından fazlasının gezi ve eğlence amacıyla Türkiye’yi seçtikleri görülmektedir. Kültür amaçlı Türkiye’yi ziyaret edenlerin toplam içindeki payı ise yıllar itibariyle giderek azalan bir eğilim göstermektedir. Öte yandan yakınlarını ziyaret edenlerin ve kendi evinde kalanların oranında ise belirgin bir artış görülmektedir. Bu nedenle otel, motel ve pansiyon gibi turizm tesislerinde konaklayanların oranında bir düşme ortaya çıkmıştır. Ayrıca, “TÜİK’in yabancı ziyaretçi çıkış anketlerinde yabancı ziyaretçilerin konaklamaya ve paket turlara yaptıkları harcamaların da azaldığı belirlenmiştir”³⁹¹. Aynı araştırmada yabancı ziyaretçilerin profilinde de bazı değişimler olduğu bulunmuştur. Bu bulgular arasında en önemlileri yabancı ziyaretçilerin eğitim seviyesinin yükselmesi ve üst

³⁹¹TÜRSAB, (Yabancı Ziyaretçi).

gelir grubunun payının artmasıdır. Paket turlara yapılan harcamaların azalması, gelen turistlerin daha yüksek gelir ve eğitim düzeyinde olması, yabancı ziyaretçilerin giderek alışılmışın dışına çıkarak, alternatif turizm türlerine yönelebileceğini de düşündürmektedir.

3.2. TÜRKİYE’NİN TURİZM POLİTİKASI

Turizmin ekonomik açıdan gelir getiren, döviz sağlayan, istihdam olanakları yaratan, yeni yatırımları teşvik ederek iş hacmini geliştiren özelliğinin yanı sıra, sosyal ve kültürel açıdan toplumsal bilinci geliştiren niteliği turizme önem verilmesinde etkili olmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik krizlerin ve darboğazların aşılmasında turizmin geliştirilmesine verilen önem daha da artmaktadır. Bu bağlamda turizm açısından coğrafyası, iklimi, bitki ve hayvan çeşitliliği, milli parkları, gelenekleri, folklorü, el sanatları, zengin mutfağı ve diğer kültürel değerleri ile zengin doğal ve kültürel kaynaklara sahip Türkiye’nin bu potansiyelini daha da geliştirmesi, alternatif turizm türleri, kırsal turizm ve tarımsal turizme yönelerek mevcut kaynaklarından daha iyi yararlanması hem ülkenin döviz gelirlerini artıracak hem de kırsal alanlarda yaşanan düşük gelir ve işsizlik gibi yapısal sorunlara çözüm yolu olacaktır.

Turizm politikası, bir ülkenin tüm vatandaşlarına ve ülke dışından gelen ziyaretçilerine dinlenme ve turizm olanaklarını sağlamak, mevcut kaynaklardan en iyi şekilde yararlanmak, çevreyi korumak koşuluyla turizmin gerektirdiği alt ve üst yapı gereksinimlerini karşılamak amacıyla sektörde gerekli önlemlerin alınmasıdır. Türkiye’nin turizm politikası geçmişten günümüze kadar, tüketicilerin gereksinimlerinin değişmesi, küresel gelişmeler ve AB ile olan tam üyelik süreci sonucunda zaman içinde değişme göstermiştir.

Turizm politikası 1963 yılında başlayan planlı kalkınma dönemiyle birlikte gelişme göstermiştir. Planlı dönem öncesinde de bazı önemli gelişmeler ve yasal düzenlemeler gerçekleştirilmiş olmakla birlikte, turizm sektörünün gelişimiyle ilgili asıl önemli düzenlemeler planlı dönemde gerçekleşmiştir. Planlı dönem 1963-1983

yılları arasında devletin turizmin gelişmesi için alt yapıyı hazırladığı “birinci dönem” ve 1983’den sonra günümüze kadar devam eden “liberalizasyon dönemi” olmak üzere iki kısımda incelenmektedir. “1963-1983 döneminde turizm politikasının temel hedefi, turizm gelirleriyle ödemeler dengesine katkıda bulunmak, döviz gelirlerini artırmak, yeni iş alanları yaratmak ve Türk vatandaşlarına tatil olanakları sağlamaktır. Söz konusu hedefleri gerçekleştirebilmek için organizasyonlar, yasal ve finansal düzenlemeler, özel projeler olmak üzere birçok araç kullanılmıştır”³⁹². 1963’lerde yatak sayısı 10.226 adet, turizm gelirlerinin GSYİH içindeki oranı %0,01, turizm yatırımlarının toplam yatırımlar içindeki payı %0,66, turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı %2,1’dir. 1980’li yıllara kadar turizmin bu göstergeleri 20 yılı aşmasına rağmen çok büyük değişimler göstermemiştir³⁹³. 1980’lerden sonra uluslararası rekabetin gelişmesi ve dışa açılma politikaları çerçevesinde turizm hızla gelişmeye başlamıştır. 1980 ile 1990 yılları arasında Türkiye’ye gelen yabancı turist sayısı 1,2 milyondan 5,3 milyon kişiye yükselmiş, turizm gelirleri de 0,4 milyar dolardan 3,2 milyar dolara çıkmış ve turizm önemli bir istihdam alanı durumuna gelmiştir³⁹⁴.

V. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1984-1989) ve VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994) içinde yer alan Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporlarında yürürlükte bulunan mevzuat gözden geçirilerek, Türkiye’nin yurt içinde ve dışında uygulanacak olan tanıtım politikasının hazırlanması ve bu politikanın ilgili kurum ve kuruluşlarla koordineli bir şekilde uzun vadeli plan ve programlara bağlanarak yürütülmesi vurgulanmaktadır. VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda (1996-2000) ise tanıtma konusuna ayrı bir bölüm açılmamıştır³⁹⁵. Üç kalkınma planı dönemi değerlendirildiğinde Türkiye’nin yurt içinde ve dışında tanıtımı ile ilgili bugün için de geçerli olan önlemlerin alınmış olduğu görülmektedir. Ayrıca ilk kez beşinci planda çevre ve ekolojik dengeyi korumaktan söz edilmektedir. Altıncı planda

³⁹² DPT, “Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, **Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)**, Ankara 2007, s.6.

³⁹³ Mesut Çakır ve Aziz Bostan, “Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri ile Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi ile Değerlendirilmesi”, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, Eylül-Aralık 2000, s.35.

³⁹⁴ Turizm İstatistikleri, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-38683/turizm-istatistikleri.html> . (23.02.2011).

³⁹⁵ DPT, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara 2000 (Tanıtma), ss. 38-39.

termal, golf, festival, kongre turizmi v.b. gibi alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi öngörülmektedir. Yedinci planda ise önceki planlardan farklı olarak hukuki düzenlemelerin yapılmasının gerekliliğine değinilmektedir. Bu olumlu adımlara rağmen, planlara bazı eleştiriler de getirilmektedir. Bu eleştirilerin en önemlileri şunlardır³⁹⁶:

- Turizm Bakanlığı ve Dışişleri Bakanlığı hariç, tanıtımla ilgili kurumlar bir tanıtım stratejisi belirlememişlerdir.
- Tanıtma faaliyetinin koordinasyonu için gerekli önlemler alınmamıştır.
- Tanıtıma katkılarını sağlamak için halkı bilinçlendirme çalışmaları etkin bir şekilde sürdürülememiştir.
- Türkiye'nin dünyadaki imajı ülkeler bazında araştırılıp saptanmamış ve dünya kamuoyunda doğru imajı geliştirilememiştir.
- Tarihi zenginliklerin özel girişimciler tarafından restore edilip değerlendirilmesi yeterince desteklenmemiştir.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı öncesinde Türkiye'nin yurt dışı imajı ile ilgili tanıtım çabaları yeterli görülmemeyerek bu çabaların sürdürülmesinin gereği belirtilmektedir. Türkiye'nin tanıtımının önemi üzerinde durularak, yurt dışında Türkiye karşıtı lobilerin oluşturduğu olumsuz imajların turizme zarar verdiği vurgulanmaktadır. Tanıtımdan sorumlu kuruluşlar arasındaki iletişim ve eşgüdüm eksikliği nedeniyle “*Tanıtım Konseyi*” ve “*Tanıtma Koordinasyon Grubu*”ndan oluşan bir yapılaşma da önerilmektedir.

Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) önceki kalkınma planlarından farklı olarak yedi yıllık bir dönem için hazırlanmıştır. Bunun nedeni kalkınma planının Avrupa Birliği mali yılı (2007-2013) ile uyumlu olmasının istenilmesidir. Ayrıca planın giriş kısmında Avrupa Birliği'ne uyumun sağlanmasının amaçlandığı vurgulanmaktadır. Dokuzuncu planda turizm sektörünün vizyonu şu şekilde belirlenmiştir³⁹⁷: *Türkiye turizm sektörü, Akdeniz'in dördüncü büyük destinasyonu*

³⁹⁶ DPT, (Tanıtma), s.40.

³⁹⁷ DPT, “Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, **Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)**,

olma noktasını aşmış, sürdürülebilirlik ilkesini benimsemiş bir sektör olarak; eğitilmiş nitelikli işgücü ve düzeyi gittikçe yükselen teknik altyapı, tesis ve servisleri ile öncelikle ülke halkının yaşam ortamını iyileştirici, kendi kaynağını yaratabilen, öz denetim yapabilen, rakip varış noktalarıyla yarışabilir, iç verimliliği yüksek bir sektör haline gelecektir.

Bu vizyon doğrultusunda belirlenen turizm politikasının amaçları ise şunlardır³⁹⁸:

- Turizm sektörünün bölgeler arasındaki gelir ve gelişmişlik dengesizliklerinin azaltılması yönünde katkıda bulunması,
- Turizmde sektörel gelişmenin öncelikle yüksek düzeyde nitelik hedefine yönelmesi, nicelik uğruna nitelikten ödün verilmemesi,
- Türk turizminin uluslararası turizm pazarından azami payı alabilmesi amacı ile yeterli talebin yaratılmasının sağlanması.

Türk turizmine talebin artırılmasının yanı sıra geri kalmış bölgelerin kalkınması için bu bölgelerde turizmin geliştirilmesi bir politika olarak önerilmektedir. Özellikle iş olanakları sınırlı olan, düşük gelir düzeyine sahip ve turizm potansiyeli olan yöreler yeni bir geçim kaynağı olarak turizme yönelebilirler. Dokuzuncu kalkınma planında yer alan yeni yaklaşımda; “sosyal refahı artıran, KOBİ’leri ve insan kaynağını geliştiren, doğal ve tarihi çevreyi koruyan, sürdürülebilir kılan, küreselleşme sürecinde turizmde ortaya çıkan değişimlere ve eğilimlere uyum sağlayan, Türkiye’nin karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne uygun turizm çeşitlerine öncelik veren uzun dönemli politikaların belirlenmesi öngörülmektedir”³⁹⁹.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dokuzuncu Kalkınma Planı hedefleriyle uyumlu turizm sektörünün önüne bir yol haritası koyan “*Türkiye Turizm Stratejisi 2023*” adlı bir doküman yayımlamıştır. Ayrıca Türkiye Turizm Stratejisi’nin önemli bir bileşeni

Ankara 2007(Dokuzuncu Plan), s.23.

³⁹⁸ DPT, (Dokuzuncu Plan), Ankara 2007, s.23.

³⁹⁹ Geniş bilgi için bkz. DPT, (Dokuzuncu Plan), ss. 36-46.

olarak altı yıllık bir dönemi içeren ve 2013 yılını hedefleyen bir “*Turizm Eylem Planı*” da yayımlanmıştır. Türkiye’nin 2023 yılına kadar turist sayısı ve turizm geliri açısından ilk beş ülke içinde yer alması hedeflenmekte ve sürdürülebilir turizm yaklaşımı içinde bölgesel dengesizliklerin giderilmesi benimsenmektedir. Bu vizyon doğrultusunda belirlenen ilkeler arasında “sürdürülebilir turizm, bölgesel farklılıkların giderilmesi, sosyo-ekonomik hedeflerin turizmle desteklenmesi, uluslararası işbirliğinin güçlendirilmesi, küresel eğilimlerin izlenmesi, sürdürülebilir turizmin tanıtılarak eko-turizm, kırsal turizm ve agro-turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi vurgulanmaktadır”⁴⁰⁰. Alternatif turizm türleri bakımından ülkemizin büyük bir potansiyele sahip olduğu ancak bu potansiyelin iyi değerlendirilemediği belirtilmektedir. Bu nedenle diğer alternatif turizm türleriyle birlikte tarımsal turizm için de eylem planlarının hazırlanması öngörülmektedir.

Turizm Eylem Planında ise Türkiye turizminin çeşitlenmesi, öncelikli turizm türlerinin geliştirilmesi ve buna yönelik önlemlerin hangi zaman diliminde gerçekleştirileceği ve hangi kuruluşların sorumluluğu altında olacağı ele alınmaktadır. “Türkiye Turizm Stratejisi’nin öngördüğü gelişmelere paralel olarak eylem planında dokuz kültür ve turizm gelişim bölgesi, yedi turizm gelişim koridoru, 10 turizm kenti, 11 kruvaziyer liman, dokuz yat limanı, 27 balıkçı barınağı ve yat limanı ve bir yeni havaalanı, yeni demiryolu ve karayolu hatları yer almaktadır”⁴⁰¹. Eylem planının öngördüğü gelişmelerle Türkiye turizm sektörünün 2013 yılında 1,5 milyon yatak kapasitesine, 40 milyonun üzerinde turiste, yaklaşık 50 milyar dolar dış turizm gelirin ve turist başına 1.000 dolar harcamaya erişmesi hedeflenmektedir⁴⁰². Eylem planının uygulamaya konması amacıyla, eko turizm, kırsal turizm ve tarımsal turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesinin öncelikli politikalar arasında yer aldığı “*Eylem Planı*” girişimi başlatılmıştır.

⁴⁰⁰ Kültür ve Turizm Bakanlığı, **Türkiye Turizm Stratejisi 2023**, Ankara 2007.

⁴⁰¹ Kültür ve Turizm Bakanlığı, **Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013)**, Ankara 2007.

⁴⁰² Kültür ve Turizm Bakanlığı, (Eylem Planı).

3.3. TURİZM İLE İLGİLİ YASAL DÜZENLEMELER

Ülkemizde, turizmle ilgili ilk yasal düzenleme 1950 yılında yapılmış, bu tarihten sonra, turizm sektörünün ihtiyaçları ve Avrupa Birliği'ne uyum doğrultusunda yapılan yasal düzenlemeler, gelişerek günümüze kadar gelmiştir.

1972 yılında turizm sektörünün ana unsurlarından biri olan acentacılık faaliyetini düzenleyen 1618 sayılı “*Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu*” yürürlüğe konmuştur. 28.12.2006 yılında 5571 sayılı kanunla değiştirilerek bazı maddeleri yürürlükten kaldırılmıştır. Kanunda seyahat acentası, “kar amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi ve diğer seyahat acentaları vasıtasıyla pazarlayabilen ticari kuruluş olarak tanımlanmaktadır”⁴⁰³. Seyahat acentalarının tanımı yapıldıktan sonra, acentalar gördükleri hizmete göre (A), (B) ve (C) gibi sınıflara ayrılmıştır. Buna göre; (A) grubu seyahat acentaları tüm seyahat acentalığı hizmetlerini yerine getirirken, (B) grubu acentalar turların biletlerini satarlar, (C) grubu acentalar ise sadece Türk vatandaşları için yurt içi turlar düzenleyebilirler. Ayrıca, kanunda tur ve paket tur kavramlarına açıklık kazandırılmış, acenta faaliyetlerinin belge karşılığında yapılması, sağlanan dövizin resmi kurumlarda bozdurulması zorunluluğu getirilmiştir. Turlar sırasında turistlerin uğradıkları maddi kayıplar önemli sorunlar yarattığından, bu durum sigorta kapsamına alınarak turistlerin uğrayabileceği maddi zararlar teminat altına alınmıştır. Bu amaçla yapılan para cezası uygulamaları da önemli kazanımlar olarak görülmektedir.

1982 yılında yürürlüğe giren “*Turizmi Teşvik Kanunu*”, 1953 yılından beri yürürlükte olan 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu'nun yerine turizmin teşvik edilmesi ve sektörün yönlendirilmesi için çıkarılmıştır. Kanunun amacı; birinci maddede, turizm sektörünü düzenleyecek, geliştirecek, dinamik bir yapı ve işleyişe kavuşturacak tertip ve tedbirlerin alınmasını sağlamak olarak

⁴⁰³ 14.09.1972 Tarih ve 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/495.html> . (02.03.2011)

belirtilmektedir⁴⁰⁴. Kanun, turizm bölgelerinin ve turizm merkezlerinin belirlenerek geliştirilmesine ve turizm yatırım ve işletmelerinin teşvik edilmesine, düzenlenmesine ve denetlenmesine ilişkin hükümler içermektedir. Kanuna göre; turizm işletmelerinin bu kanunda ya da diğer mevzuatta yer alan teşviklerden yararlanabilmesi için Bakanlıktan, turizm yatırım belgesi veya turizm işletmesi belgesi alma zorunluluğu getirilmektedir. Diğer bir deyişle, bir girişimci Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan turizm yatırım veya turizm işletmesi belgesi almış ise turizm alanındaki her türlü teşvik, muafiyet ve haklardan yararlanabilmektedir. Ayrıca, Kanunun diğer bir önemli özelliği de, çıkarılacak yönetmeliklerle sektörün yönlendirilmesine izin vermesi ve böylece değişen koşullara uygun olarak güncelliğin yakalanmasıdır. Örneğin, Kanunun 37. maddesinin (A) bendi uyarınca *“Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”* 21.06.2005 tarih ve 25822 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe sokulmuştur. “Bu yönetmeliğin amacı yeni turizm tesisi türlerinin gelişmesine olanak sağlanması, mevcut turizm yatırım ve işletmelere ait tesislerin geliştirilmesi, turizm tesislerinin asgari niteliklerinin belirlenmesi, bu tesisler arasında standart birliğinin sağlanması ve kalitenin yükseltilmesidir”⁴⁰⁵. Yönetmelik, turizm tesislerine turizm yatırımı ve turizm işletmesi belgelerinin verilmesine, bu tesislerin yönetim, personel ve işletme özellikleri ile uymak zorunda oldukları fiziki şartlara, işletmecilik esaslarına, uygulanacak fiyat tarifelerinin hazırlanmasına ve onaylanmasına ilişkin hükümleri kapsar. Yönetmelikte kırsal turizm tesisleri başta olmak üzere, temalı parklar, asli konaklama tesisleri, apart otel, pansiyon, kamping, dağ evi, çiftlik evi-köy evi, günübirlik tesisler, yeme içme ve eğlence tesisleri gibi çok geniş bir tür yelpazesi sunulmaktadır. Tarımsal turizmle ilgili olarak Yönetmeliğin 39. maddesinde çiftlik evi-köy evi tanımlanarak, böyle bir turizm tesisinin taşınması gereken asgari nitelikler belirtilmektedir⁴⁰⁶. Buna göre; çiftlik evi-köy evi, tarım faaliyetlerinin, kırsal alanların doğal ve kültürel mirasının korunmasına önemli katkıları olduğu göz önünde bulundurularak, mevcut yapıların iyileştirmesi veya yeni

⁴⁰⁴ 16.03.1982 Tarih ve 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/583.html> . (02.03.2011)

⁴⁰⁵ 18.06.2005 Tarih ve 25849 Sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/belge/1-43963/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html> . (02.03.2011)

⁴⁰⁶ 18.06.2005 Tarih ve 25849 Sayılı Yönetmelik.

yapıların mevcut dokunun iç düzenlemesi esas alınarak yapılmasını, bu sayede yatak kapasitesi oluşturulmasını ve turizmin gelişip genişleyebileceği ortamların çevresel açıdan güvence altına alınmasını hedefleyen; kırsal bölgelerde çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çiftlik üretimi ile birlikte turizm konaklama olanağı sağlayan, gelen müşterilerin de isterlerse çalışma programlarına katılabilecekleri, kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak sağlayan en az beş odalı konaklama tesisleridir.

Bir çiftlik evinde konaklamak amacıyla gelen müşterilere aynı zamanda yerel yiyecek ve içecek gibi denemeyi istediği yerel tüketim maddelerini kullanma olanağının sağlanması da gerekmektedir. Bu hizmetler bir aile işletmeciliği anlayışı içinde sunulmalı, tefriş ve dekorasyon özgün ve kullanılan malzemeler de nitelikli olmalıdır. Isıtma sisteminin merkezi olması zorunluluğu aranmayan bu tesisler, ilave olarak aşağıdaki nitelikleri taşımalıdır⁴⁰⁷:

- Müşterilere yöreye özgü ve ev yapımı yiyecek ve içecek türlerinin sunulması,
- Doğal ortamlardan görsel olarak da yararlanmayı sağlayan balkon, veranda ve teras gibi düzenlemeler,
- Oturma salonunda şömine,
- Kitap okuma ve dinlenme imkanı veren mahal düzenlemesi,
- Tesis çevresindeki doğal ve kültürel değerler ile çevre korumasına yönelik genel bilgilendirme,
- Her beş oda için bir adet ortak müşteri duş, tuvalet ve lavabo mahalli,
- Personel için soyunma yeri, duş, tuvalet mahalli.

3.3.1. Türkiye’de Turist Hakları

Türkiye’de turistler kısmen AB ile uyumlaştırılmış 4077 sayılı tüketicilerin korunması hakkındaki kanun (08.09.1995) kapsamında, kısmen de AB mevzuatı doğrultusunda çıkarılmış yönetmeliklerle korunmaktadır. Kanunda tüketicinin

⁴⁰⁷ 18.06.2005 Tarih ve 25849 Sayılı Yönetmelik.

korunmasına ilişkin maddelerin yanı sıra 2003 yılında eklenen madde 6/B de yer alan devre mülk ve madde 6/C de yer alan paket turla ilgili hükümler turistleri korumaktadır⁴⁰⁸. Ayrıca 4077 sayılı Kanun ile 4822 sayılı Kanunla eklenen 6/C maddesine dayanılarak “*Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik*”⁴⁰⁹ de 13.06.2003 tarihinde çıkarılmıştır. Bu yönetmeliğin amacı, paket tur sözleşmelerine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir. Yönetmeliğin 9. maddesine göre, sözleşmeye taraf seyahat acentesi, sözleşmeden doğan yükümlülüklerin gereği gibi ifa edilmemesinden dolayı sorumludur. Turist alışverişini bir sözleşmeyle seyahat acentesinden yapar. Tüketicinin acenteden satın aldığı hizmetin belirtilen süre içinde sunulamaması veya belirtilen özelliklerde sunulamaması ya da eksikli olması (ayıplı olması) durumunda acente tüketiciye karşı sorumludur. Hizmetin ayıplı ifası durumunda kusuru bulunan otel yada seyahat şirketleri de acenteye ve tüketiciye karşı sorumludurlar. Hizmetin ayıplı ifası durumunda acente tüketicinin uğradığı maddi ve manevi zararı ödemek zorundadır. Seyahat acentesi, hizmetlerden bir veya birkaçını sağlayamaması durumunda paket turun devam etmesi için tüketiciye ilave maliyet getirmeyen eşdeğerde alternatif düzenlemeler yapar ve sözleşmede yer alan hizmetler ile sunulan hizmetler arasındaki farkı tazmin eder. Söz konusu düzenlemeleri yapmak mümkün değilse, ya da bunlar haklı nedenlerle tüketici tarafından kabul edilmez ise; seyahat acentesi tüketicinin hareket yerine veya kabul edeceği herhangi bir dönüş noktasına geri

⁴⁰⁸ 08.09.1995 tarih ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun Madde 6/B- (Ek madde: 06/03/2003-4822/9 md.) Devre tatil sözleşmelerine ilişkin usul ve esasları Bakanlık belirler. Devre tatil sözleşmeleri, en az üç yıl süre için yapılan ve bu süre zarfında yıl içinde, belirli veya belirlenebilecek ve bir haftadan az olmayacak bir dönem için bir veya daha fazla sayıdaki taşınmazın kullanım hakkının devri ya da devri taahhüdünü içeren ve bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunlu, yazılı sözleşme ya da sözleşmeler grubudur. Devre tatil sözleşmelerine ilişkin usul ve esasları Bakanlık belirler. Madde 6/C - (Ek madde: 06/03/2003 - 4822 S.K./10. md.) Paket tur sözleşmeleri; ulaştırma, konaklama ve bunlara yardımcı sayılmayan diğer turistik hizmetlerin en az ikisinin birlikte, her şeyin dahil olduğu fiyatla satılan veya satış taahhüdü yapılan ve hizmeti yirmidört saatten uzun bir süreyi kapsayan veya gecelik konaklamayı içeren ve bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunlu, önceden düzenlenmiş yazılı sözleşmelerdir. Paket tur sözleşmelerine ilişkin usul ve esasları Bakanlık belirler.

⁴⁰⁹ 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, http://www.tursab.org.tr/dosya/545/paket-tur-sozlesmeleri-uygulama-usul-ve-esaslari-hakkinda-yonetmelik_545_8415095.pdf . (09.03.2011).

dönmesi için eşdeğerde ulaşım imkanı sağlar. Tüketicinin yaptığı tüm ödemeleri 10 gün içinde iade eder ve gerekli hallerde tüketicinin zararını tazmin eder⁴¹⁰.

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun 31. maddesine dayanılarak “*Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmelik*” yayımlanmıştır. Bu yönetmeliğin amacı, tüketici sözleşmelerinde yer alan, tüketici aleyhine haksız şartların tesbitini ve bu şartların tüketiciyi korumaya yönelik olarak denetlenmesini sağlamaktır⁴¹¹. Haksız şart, satıcının tüketiciyle müzakere etmeden, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu, tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde iyi niyet kuralına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşullarını içermektedir.

Hizmetin ayıplı ifa edilmesi dışında da turistin karşılaşılabileceği riskler bulunmaktadır. Kaza durumunda ölüm ya da sakatlık, sağlığın bozulması, seyahat sırasında bagajların kaybolması, hırsızlık gibi risklerle karşılaşılması durumunda, kapsamlı tatil sigortası poliçeleri ile turizm tüketicilerinin bu risklere karşı korunması mümkün olmaktadır. Tatil sigortası poliçesi kapsamında bulunan özellikler aşağıda belirtilmiştir. Bu özellikler sigorta şirketine göre çeşitlilik göstermekle beraber genel olarak aşağıdaki maddeleri kapsamaktadır⁴¹²:

- Tıbbi acil yardım ve ülkeye geri dönüş,
- Sağlık kuruluşlarında yatarak tedavi,
- Ölüm ve kalıcı sakatlık
- Kişisel bagaj ve eşya kaybı veya hasara uğraması,
- Gecikmeli bagaj (12 saat bagajdan mahrum kalındığı hallerde zorunlu giyim ve temizlik malzemesinin acilen satın alınması),

⁴¹⁰ 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında yönetmelik.

⁴¹¹ 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkındaki Yönetmelik, http://www.tursab.org.tr/dosya/546/tuketici-sozlesmelerindeki-haksiz-sartlar-hakkinda-yonetmelik_546_8428434.pdf. (09.03.2011).

⁴¹² Olgun Çiçek ve Işıl Özgen, “Avrupa Birliği’nde Turist Hakları ve Adaylık Sürecinde Türkiye’deki Uygulamalar” **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:v3, Sayı: 3, İzmir 2001, s.149.

- Belgelerin kaybedilmesi (pasaport, ehliyet v.b., sigortalının kayıp belge ve kayıtlarının yenilenme masraflarının karşılanması),
- Yolculukta gecikme (Yolculuktan asgari 48 saat önce rezervasyon yaptırılan tarifeli güzergah çizelgesinde yer alan uçak, gemi veya kamu taşıma aracının hareketinin gecikmesi),
- Para kaybedilmesi (Seyahat sırasında kişisel ihmal dışındaki nedenlerden para kaybedilmesi).

Bir seyahat acentası ile tatile çıkmış tüketici sorunlarının giderilemediği durumlarda, hukuki anlaşmazlıkların çözümlenebilmesi amacıyla TÜRSAB Tahkim Kuruluna başvurulabilmektedir. “Turizm sektöründeki uyuşmazlıkları çözmek amacıyla faaliyet gösteren tahkim kurulunun çalışma esasları HUMK’nun (Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu) 516 ve devamındaki maddelerde belirtilen tahkim usullerine göre çözümlenebilmesi için TÜRSAB *Tahkim Kurulu Yönetmeliği*’nce belirlenmektedir”⁴¹³. Tahkim Kurulunun verdiği kararlar hukuki yaptırıma sahiptir.

3.3.2. Engelli Turist Hakları

Engelli insanların yaşamın tüm alanlarında yer alması çağdaş toplum olmanın önemli bir göstergesidir. Turizm olanaklarından yararlanmak, seyahat etmek, tatil yapmak diğer insanlar için olduğu kadar engelli vatandaşlar için de sosyal bir haktır. “TUİK’in verilerine göre Türkiye’de engellilerin oranı %12,29’dur. Fiziksel ve zihinsel özürlülerin oranı %2,58 iken, kronik bir hastalığı olanların oranı %9,70’dir.”⁴¹⁴. Anayasanın 10. maddesinde “*herkes dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir*” denmektedir. 10. maddenin ikinci fıkrasına ise “*çocuklar, yaşlılar, özürlüler harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleri ile malül ve gaziler için alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı sayılmaz*”⁴¹⁵ hükmü eklenerek engelliler için pozitif ayrımcılık yapılabileceği vurgulanmaktadır. Engelli haklarına ilişkin daha önemli bir

⁴¹³ TÜRSAB Tahkim Kurulu Yönetmeliği, http://www.tursab.org.tr/tr/mevzuat/yonetmelikler/tursab-tahkim-kurulu-yonetmeliği_542.html . (08.03.2011).

⁴¹⁴ TUİK, *Türkiye İstatistik Yıllığı*, 2009, s.102.

⁴¹⁵ TBMM, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, *TBMM Basımevi*, Ankara 2010.

gelişme, “*Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi*”nin onaylanarak 14.07.2009 tarihinde 27.288 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış olmasıdır⁴¹⁶. Sözleşme'nin amacı, engellilerin tüm insan hak ve temel özgürlüklerinden tam ve eşit şekilde yararlanmasını teşvik ve temin etmek ve insanlık onuruna saygıyı güçlendirmek olarak belirtilmektedir. Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme, genel ilkeler, genel yükümlülükler, ayrımcılık yasağı, erişilebilirlik, eğitim, sağlık, çalışma ve istihdam, siyasi ve kamusal yaşama katılım gibi çeşitli başlıklar altında engellilerin haklarını ve taraf devletlerin yükümlülüklerini düzenlemektedir. Sözleşmede engelliliğe dayalı her türlü ayrımcılık yasaklanmakta ve ayrımcılığın ortadan kaldırılması için engellilere yönelik düzenlemelerin yapılması öngörülmektedir. Engellilerin bağımsız yaşayabilmeleri ve yaşamın tüm kesimlerine katılımlarının sağlanması için fiziki çevre, ulaşım, iletişim olanakları ve hizmetlere erişiminin sağlanması için uygun önlemlerin alınması gerektiği belirtilmektedir. Engellilerin diğer bireylerle eşit koşullar içinde seyahat etme ve yerleşim yerini seçme özgürlüğüne ve hakkına sahip olduğu belirtilmektedir. Engellilerin bağımsız hareket edebilmesi için istedikleri şekil ve zamanda ve karşılanabilir bir maliyetle hareket edebilmelerinin kolaylaştırılması, hareketi kolaylaştırıcı kaliteli araç ve gerece, yardımcı teknolojilere, yardım sunan insanlara ve araçlara karşılanabilir bir maliyetle erişiminin kolaylaştırılması sağlanmalıdır. Sözleşmede ayrıca uygulamaları denetlemek üzere “Engellilerin Haklarına İlişkin Komite” kurulması da öngörülmektedir.

Engelli insanların tatil yapabilmeleri ve seyahat edebilmeleri için bazı koşulların sağlanması gerekmektedir. Turizm tesislerinin, gezi ve seyahat araçlarının bu konuda önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Bu nedenle, Türkiye'nin Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi'ni kabul etmesi yeni kazanımlar elde etmek ve mevcut koşulları değiştirmek açısından önemli bir aşama olarak görülmektedir. “Bilindiği üzere, insan hak ve özgürlüklerine ilişkin uluslararası sözleşmeler, taraf olan devletler bakımından üç tür yükümlülük öngörmektedir: İhlal etmeme, sağlama

⁴¹⁶ 14 Temmuz 2009 Tarih ve 27288 Sayılı Resmi Gazete, **Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi**, <http://www.resmi-gazete.org/tarih/20090714-1.htm> . (08.03.2011).

ve koruma”⁴¹⁷. Sözleşmeye taraf olan devlet bireylerin hak ve özgürlüklerine aykırı kararlar almamak ve özgürlük alanlarına müdahaleden kaçınmak yükümlülüğündedir. Ancak, devletin bireylerin hak ve özgürlükleri karşısında olumsuz adımlar atmaması yeterli değildir. Aynı zamanda devletin yükümlülüklerini yerine getirmek için aktif bir çaba göstermesi ve olumlu adımlar atması ve yapılacak eylemler için de bir bütçe ayırması, diğer bireylerin engelli haklarını ihlal etmesi olasılığına karşı düzenleme yapması da gerekmektedir.

3.4. TÜRKİYE’DE TURİZM ALANINDA VERİLEN TEŞVİKLER VE AVRUPA BİRLİĞİ FONLARI

Turizm sektörünü desteklemek ve gelişimini sağlamak amacıyla gerek kanun ve yönetmelikler çerçevesinde teşvikler verilmekte ve gerekse geliştirilen projeler bazında AB’nin fonlarından yararlanılabilmektedir. Aşağıda turizm sektörüne sağlanan teşvikler ve yararlanılan AB fonlarına kısaca değinilmektedir.

3.4.1. Turizm Alanında Verilen Teşvikler

1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turzmi Teşvik Kanunu, Türkiye’de turizmin desteklenmesi konusunda önemli bir adım olmuştur. Kanunun yürürlüğe girdiği 1982 yılından bu yana Türkiye’ye gelen turist sayısında 20 kattan daha fazla ve turizm gelirlerinde ise yaklaşık 60 kat artış sağlanmıştır. Turizm alanında kaydedilen bu gelişmelerde, verilen teşviklerin önemli bir katkısı bulunmaktadır. Türkiye’de turizm sektörüne sağlanan başlıca teşvikler şunlardır⁴¹⁸:

- KOSGEB kapsamında sağlanan destek ve hizmetler,
- Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı kapsamında uygulanan teşvik ve destekler,

⁴¹⁷ İdil Işıl Gül, “Bir Hak Mücadelesi Alanı Olarak Engellilik ve Engellilerin Haklarına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi”, **Özveri Dergisi**, Başbakanlık Özürölüler İdaresi Başkanlığı, <http://www.ozida.gov.tr/?menu=ozveri&sayfa=ov10/ov10mak1> . (09.03.2011).

⁴¹⁸ Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, **Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler**, Ankara 2009, s.4.

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile sağlanan teşvikler,
- 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması hakkında kanun kapsamında enerji gideri indirimi,
- 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanununda yer alan muafiyetler,
- Türkiye İhracat Kredi Bankası (EXIMBANK) tarafından sağlanan kredi imkanları,
- Yabancı sermaye yatırımlarının teşviki.

KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), KOBİ olan sanayi işletmelerini desteklemek amacıyla kurulmuş olmakla birlikte, 2009 yılında 5891⁴¹⁹ sayılı kanunun birinci maddesinde yer alan “sanayi” ibaresi “işletme” olarak değiştirilerek turizm hizmetleri de teşvik kapsamına alınmıştır. Bu kanun değişikliği kapsamında otel, motel, seyahat acenteleri ve tur işletmelerinin yanı sıra, kamp yerleri, karavan alanları ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer konaklama yerleri de teşvik kapsamına alınmıştır. KOSGEB, KOBİ olarak nitelenen işletmelere eğitim, bilişim, tanıtım, danışmanlık, girişimcilik, kredi ve pazar geliştirme gibi geniş bir alanda teşvik vermektedir⁴²⁰.

Bakanlar Kurulu hangi sektörlerin ne gibi teşviklerden yararlanacağını belirlemekte ve Hazine Müsteşarlığı tarafından yayımlanan tebliğ doğrultusunda teşvik politikası belirlenmektedir. 16.07.2009 tarih ve 27290 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı ile bu kararın uygulanmasına yönelik tebliğde, turizm sektörüne yönelik sağlanan son teşvikler özetle aşağıda yer aldığı şekildedir⁴²¹:

- Vergi indirimi,
- Sigorta primi işveren desteği (31.12.2010 tarihine kadar yatırıma başlanılması halinde),

⁴¹⁹ 05.05.2009 Tarih ve 27219 Sayılı Resmi Gazete, “5891 Sayılı Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Kurulması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”, http://www.baftratso.org.tr/uploads/notice/MEVZUAT_B_LTEN.pdf . (05.02.2011).

⁴²⁰ Geniş bilgi için bkz. KOSGEB, <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Default.aspx> . (05.02.2011).

⁴²¹ Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, s.4.

- Yatırım yeri tahsisi,
- Gümrük vergisi muafiyeti,
- KDV istisnası (KDV istisnası teşvik belgesini haiz yatırımcılara yapılacak makine ve teçhizat ile yerli teslimlerde geçerli olacaktır),
- Faiz desteği.

Türkiye teşviklerin verilmesi bakımından 2002 yılında Bakanlar Kurulu Kararıyla bölgelerin sosyo-ekonomik gelişme düzeyleri göz önünde bulundurularak dört bölgeye ayrılmıştır. Bölgelerde otel yatırımlarına sağlanacak destekler iller itibariyle sayılmıştır. Tablo 25 asgari yatırım tutarı 1.000.000 TL olan birinci ve ikinci bölge ile asgari yatırım tutarı 500.000 TL olan üçüncü ve dördüncü bölgeye sağlanan teşvik unsurlarını göstermektedir.

Tablo 25:Turizm Sektöründe Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Teşvik Unsurları

	Bölge	Asgari Sabit Yatırım Tutarı	Destek Unsurları
I	Tekirdağ-Edirne-Kırklareli-İzmir-Bursa-Eskişehir-Bilecik-Kocaeli-Sakarya-Düzce-Bolu-Yalova-Ankara	1.000.000 (1milyon)TL	- Gümrük vergisi muafiyeti, - KDV istisnası (3065 sayılı KDV kanunu gereğince teşvik belgesi kapsamında uygun görülen makine ve teçhizatın ithali ve yerli teslimleri KDV’den istisna edilir), - Vergi indirimi, - Yatırım yeri tahsis, 31.12.2010 tarihine kadar yatırıma başlanması halinde sigorta primi işveren hissesi desteğinden yararlanabilirler.
II	Balıkesir-Çanakkale (Bozcaada ve Gökçeada hariç) Aydın-Denizli-Muğla-Antalya-Isparta-Burdur-Adana-Mersin		
III	Konya-Karaman-Hatay-K.Maraş-Osmaniye-Kırıkkale-Aksaray-Niğde-Nevşehir-Kırşehir-Manisa-Afyon-Kütahya-Uşak-Kayseri-Sivas-Yozgat-Zonguldak-Karabük-Bartın-Samsun-Tokat-Çorum-Amasya-Gaziantep-Adıyaman-Kilis	500.000 TL (Beşyüz bin)	- Gümrük vergisi muafiyeti, - KDV istisnası (3065 sayılı KDV kanunu gereğince teşvik belgesi kapsamında uygun görülen makine ve teçhizatın ithali ve yerli teslimleri KDV’den istisna edilir), - Vergi indirimi, - Yatırım yeri tahsis, 31.12.2010 tarihine kadar yatırıma başlanması halinde sigorta primi işveren hissesi desteği, - Faiz desteği.
IV	Kastamonu-Çankırı-Sinop-Trabzon-Ordu-Giresun-Rize-Artvin-Gümüşhane-Erzurum-Erzincan-Bayburt-Ağrı-Kars-Ardahan-Iğdır-Van-Muş-Bitlis-Hakkari-Malatya-Elazığ-Bingöl-Tunceli-Urfa-Diyarbakır-Mardin-Batman-Şırnak-Siirt-Bozcaada-Gökçeada		

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, s.4.

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 13. maddesi “*Turizm sektöründeki teşvik tedbirleri ile turizm yatırım ve işletmelerinin bu teşviklerden yararlanma usul*

ve esasları, Bakanlığın koordinatörlüğünde ilgili bakanlıklar ve Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığınca müştereken tesbit edilir”⁴²² demektir. Bu maddeye istinaden turizm sektöründeki işletmelere bu kanun kapsamında teşvikler verilmektedir. Buna göre, hazine ve orman arazilerinin kanunda belirtilen sürelerde turistik tesis yatırımlarına tahsisi sağlanmaktadır. Ormanlarda yer alacak turizm yatırımı belgeli tesislerin orman fonuna yapacakları katkının taksitlendirilmesi, elektrik, havagazı, su ücretleri, haberleşme kolaylıkları, yabancı personel ve sanatkar çalıştırılması da bu kanun kapsamında verilen diğer teşviklerdir⁴²³.

5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Kapsamında işletmelere ait elektrik enerjisi giderlerinde daha düşük tarifieden fiyatlandırılarak indirim yapılabilmektedir. 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanununun 5. maddesinin (b) fıkrasında yer alan hükme göre turizm işletmeleri emlak vergisinden muaf tutulmaktadır⁴²⁴. EXIMBANK, turizm işletmelerinin pazarlama faaliyetlerine yönelik düşük faizli krediler vermektedir. Türk lirası veya döviz cinsinden kullandırılan kredinin vadesi bir yıldır. “Banka 2009/15299 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile ihracatçı sayılan T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belge almış ve asli fonksiyonu konaklama hizmeti vermek olan, yurt dışından en az 1 milyon ABD Doları döviz sağlayan turizm işletmelerini de hizmet portföyüne dahil etmiştir.”⁴²⁵. Ayrıca, 4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu’nun 3. maddesi uyarınca Türkiye’de doğrudan yatırım yapan yabancı yatırımcılar, Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından uygulanan teşviklerden yararlanmaktadırlar.

⁴²² Kültür ve Turizm Bakanlığı, “2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu”, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-48150/2634-sayili-turizmi-tesvik-kanunu.html> (05.02.2011).

⁴²³ Geniş bilgi için bkz. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, “2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile Sağlanan Teşvikler”, Aralık, 2009, Ankara.

⁴²⁴ 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu’nun “Geçici Muaflıklar” başlıklı 5. maddesinin (b) fıkrasında “Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu hükümleri dairesinde turizm müessesesi belgesi almış olan Gelir ve Kurumlar vergisi mükelleflerinin adı geçen kanunda yazılı maksatlara tahsis ettikleri ve işletmelerine dahil binaları, inşalarının sona erdiği veya mevcut binaların bu maksada tahsisi halinde turizm müessesesi belgesinin alındığı yılı takip eden bütçe yılından itibaren 5 yıl süre ile geçici muafiyetten faydalandırılır” hükmü yer almaktadır.

⁴²⁵ Geniş bilgi için bkz. “Eximbank Kredileri”, http://www.eximbank.gov.tr/html_files/MENU-2.htm (03.03.2011)

3.4.2. Turizm Sektörünün Yararlanabileceği Avrupa Birliği Fonları

Türk turizm sektörü projeler bazında AB kaynaklarından yararlanabilmektedir. Bu kaynaklardan biri Avrupa Akdeniz ortaklığı çerçevesinde yararlanılan MEDA programıdır. 1995 yılında yayımlanan Barselona Bildirgesiyle kurulan Avrupa-Akdeniz ortaklığının uygulama aracı olan “MEDA programı, Akdenizli ortakların bir serbest ticaret alanı oluşturmaları, bir refah alanını yaratmaları, toplumsal ve ekonomik sorunların çözülmesi amacıyla, ortaklar arasında işbirliğini gerçekleştirme doğrultusunda finansal kaynak sağlayan bir fondur”⁴²⁶. AB üyesi olmayan Akdenizli ülkelere (1763/92) Konsey yönetmeliği ile MEDA I Programı ile sağlanan mali destek, 2000 yılından sonra MEDA II Programı ile sağlanmıştır.

2000-2006 dönemi için oluşturulan MEDA II kapsamında 5 milyar 350 milyon Avro tutarında hibe yardımı verilmesi kararlaştırılmış, Avrupa Yatırım Bankası tarafından aynı dönemde Akdeniz ülkelerine kullandırılmak üzere 6 milyar 400 milyon Avro tutarında Avrupa-Akdeniz Ortaklığı kredi paketi oluşturulmuştur⁴²⁷. Örneğin, MEDA fonundan yararlanan kuruluşlardan birisi Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) dir. Türkiye’nin turizm mevzuatının AB turizm mevzuatına uyum koşullarının irdelendiği ve Türk turizm sektörünün AB mevzuatı konusunda bilgilendirildiği bir proje ile 2003-2004 yılları arasında AB MEDA fonu’nun Bilgi Köprüleri Programından fon sağlamıştır. Sağladığı fon ile “Avrupa Birliği Turizm Mevzuatı Rehberi” adını taşıyan bir kitap yayımlamış ve bir de uluslararası sempozyum düzenlemiştir⁴²⁸.

Türkiye’nin aday ülke statüsünü kazanmasından sonra, Türkiye’ye yönelik mali yardımlar katılım öncesi çerçeveye alınmıştır. 2007-2013 döneminde Avrupa Birliği katılım öncesi mali yardımları IPA (Instrument for Pre-Accession Assistance)

⁴²⁶ Ertuğrul Uzun, “Avrupa Birliği’nin Akdeniz Politikası ve Barselona Süreci” **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2003-2004, ss.17-18.

⁴²⁷ Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, “MEDA II Programı”, <http://www.avrupa.info.tr/DelegasyonPortal.html> . (03.03.2011).

⁴²⁸ Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), “Avrupa Birliği Bilgi Köprüleri Programı: AB Turizm Mevzuatı”, <http://tyd.org.tr/tr/page.aspx?id=13> . (03.03.2011).

çerçevesinde toplanmıştır. “IPA, katılım konusundaki ihtiyaç ve önceliklere hizmet eden, müktesebata uyumu hızlandırmayı amaçlayan ve AB'nin yapısal fonlarının kullanımına hazırlığı da sağlayan bir araçtır. IPA vasıtası ile aday ülkeler çok yıllık ve daha stratejik planlama yapabilmektedirler”⁴²⁹. Mali yardımların hangi alanları kapsayacağı Avrupa Komisyonu yetkilileri ile Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (ABGS) tarafından belirlenmekte ve ABGS ile Merkezi İhale ve Finans Birimi tarafından yürütülmektedir.

Katılım öncesi mali yardım aracı IPA (2007-2013) bileşenleri beş başlık altında toplanmaktadır⁴³⁰:

- *Kurumsal Yapılanma*: AB müktesebatına uyum, kurumsal yapılanma, sivil toplumun geliştirilmesi,
- *Sınır Ötesi İşbirliği*: AB’ye üye ve aday ülkelerle komşu ülkeler arasında, çevre, turizm, sosyal ve kültürel bağların kuvvetlendirilmesi alanlarında küçük ölçekli altyapı, ticaret, kültür ve turizm projeleri,
- *Bölgesel Kalkınma*: Ulaştırma, çevre ve bölgesel rekabet edebilirlik,
- *İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi*: Eğitim, istihdam ve sosyal içerme,
- *Kırsal Kalkınma*: Tarım işletmelerinin yeniden yapılandırılması, tarımsal üretim ve pazarlama, kırsal altyapı, kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi, çevre dostu üretim yöntemleri.

IPA’nın toplam 11,5 milyar Avro’luk bütçesi içinde Türkiye’nin payı 2007-2010 dönemi için 2,256 milyar Avro olup, 2011-2013 yılları arasında 3 milyar Avro olarak öngörülmektedir⁴³¹. Bu kapsamda Türk turizm sektörü özellikle sınır ötesi işbirliği, insan kaynaklarının geliştirilmesi, kırsal kalkınma, kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi alanlarında verilen kaynaklardan yararlanmaktadırlar.

⁴²⁹ Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, MEDA Programları ve Türkiye”, http://min.avrupa.info.tr/QA/forum/viewthread.php?lang=1&forum_id=53&thread_id=3186#6363 (03.03.2011).

⁴³⁰ A. Deren Doğan Yavuz, “Türkiye-AB Sivil Toplum Diyalogu ve Hibe Programları”, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, http://www.kagider.org/resim/5_Deren_Dogan_Yavuz.ppt . (03.03.2011).

⁴³¹ Yavuz, s.6.

IPA'nın beşinci bileşeni olan kırsal kalkınma (IPA Rural Development- IPARD), AB'nin Ortak Tarım Politikası ve Kırsal Kalkınma politikalarına uyum sağlamak ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek amacıyla geliştirilen projelere destek sağlamaktadır⁴³². Sektör analizleri çerçevesinde illerin GSYİH'dan aldıkları pay, iller arasındaki göç hızı, illerin desteklenecek sektörler açısından potansiyelleri gibi ölçütler çerçevesinde (2007-2013) IPARD programında birinci dönemde 20 il, ikinci dönemde 22 il belirlenmiştir⁴³³. IPARD Programı kapsamında kırsal alanda turizmi geliştirme projelerine belirlenen illerde 7.500 ile 200.000 Avro arasında hibe desteği verilmesi öngörülmektedir. Çiftçiler tarafından kurulacak pansiyon, konaklama ve yeme-içme hizmetlerinin gelişimi, çiftlik turizmi tesislerinin kurulmasını sağlayan projelere destek verilmektedir.

(2007-2010) döneminde 386 milyondan fazla olan finansal yardımın 290,5 milyon Avro'luk kısmı AB tarafından finanse edilmek üzere Türkiye'nin kırsal kalkınma programına tahsis edilmiştir. Tablo 26 Türkiye'ye IPARD kapsamında tahsis edilen fonun miktarını ve oranını göstermektedir.

Tablo 26: (2007-2010) Döneminde Türkiye'nin IPARD Kapsamında Aldığı Fon

	Toplam Kamu Desteği	AB Katkısı	AB Katısı Oranı %
I. Pazar etkinliğinin geliştirilmesi ve Topluluk standartlarının uygulanması	276.626.000	207.469.500	75
II. Tarımsal çevre önlemlerinin ve yerel kalkınma stratejilerinin uygulanması için hazırlık faaliyetleri	10.668.125	8.354.500	80
III. Kırsal ekonominin geliştirilmesi	91.581.333,3	68.686.000	75
Tedbir 9: Teknik yardım	7.262.500	5.810.000	80
Toplam	386.173.958,3	290.500.000	75

Kaynak: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma (IPARD) Programı (2007-2013), 23 Temmuz 2008, s.318.

⁴³² Geniş bilgi için bkz. "AB IPARD Fonu", <http://www.tarim.gov.tr/Files/BirimFaliyetleri/TKDK.pdf> (11.03.2011).

⁴³³ I. Dönem: Afyon, Amasya, Balıkesir, Çorum, Diyarbakır, Erzurum, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Kars, Konya, Malatya, Ordu, Samsun, Şanlıurfa, Sivas, Tokat, Trabzon, Van, Yozgat. 2. Dönem: Ağrı, Aksaray, Ankara, Ardahan, Aydın, Burdur, Bursa, Çanakkale, Çankırı, Denizli, Elazığ, Erzincan, Giresun, Karaman, Kastamonu, Kütahya, Manisa, Mardin, Mersin, Muş, Nevşehir, Uşak.

Birliğin çevre politikasının yönetimi ve ilgili mevzuatın uygulanmasındaki mali aracı ise LIFE Programıdır. Çevreye yönelik projelerin finansmanı için 1992 yılında oluşturulan LIFE Programı Topluluk çevre politikasının geliştirilmesi, güncellenmesi ve uygulanmasına katkı sağlayan projelere finansal destek sağlamaktadır. AB'ye aday olan ülkeler ile Akdenize kıyısı olan bazı ülkeler için de mali kaynak sağlamaktadır. LIFE Programı çevre, doğa ve üçüncü ülkeler olmak üzere üç konu üzerinde yoğunlaşmaktadır. “Çevre konusunda özellikle sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşılmasına yardımcı olan yenilikçi eylemleri desteklemektedir. LIFE Doğa bileşeni, AB sınırları içindeki doğal yaşam alanları ile vahşi hayvan ve bitki örtüsünün korunmasına yönelik projelere destek olmaktadır. Türkiye'nin katılımına da açık olan LIFE Üçüncü Ülkeler bileşeni ise, AB üyesi olmayan ülkelerdeki çevre yönetimine ilişkin idari yapının kurulması amacıyla üretilen projelere destek vermektedir”⁴³⁴.

Kültürel mirasın korunmasına ilişkin Kültür programı da turizm sektörünün yararlanabileceği bir programdır. 2007-2013 dönemi için program, AB üyesi ülkeler ve üçüncü ülkeler arasında kültürel işbirliğini geliştirmek amacıyla finansal destek sağlamaktadır. Kültür programının amacı; kültür alanındaki bilginin toplanması ve yayılmasının yanı sıra, kültür alanında aktif olan Avrupa örgütlerini ve kültürel işbirliği eylemlerini desteklemektir. “Projenin amaçları arasında; Avrupa düzeyinde, Avrupalılık değerlerinin kültürel mirasını korumayı, paylaşmayı, savunmayı ve önemini vurgulamayı amaçlayan işbirliği projelerini desteklemek de bulunmaktadır. Bu nedenle, turizm alanında özellikle kültürel mirasın korunması konusunda programdan yararlanılabilir”⁴³⁵. “2007-2013 dönemi için 400 milyon Avro'luk bütçeye sahip olan program”⁴³⁶, bu bütçenin yaklaşık %77'si ile kültürel eylemleri,

⁴³⁴ Delegation of the European Union to Turkey, “AB'nin çevre Politikası”, http://min.avrupa.info.tr/QA/forum/viewthread.php?lang=0&forum_id=116&thread_id=2546 (19.03.2011).

⁴³⁵ Nesteren Kesen, “Türk Turizm Sektörünün Yararlanabileceği AB Fonları”, **İzmir Ticaret Odası**, 2005, ss.1-5.

⁴³⁶ Official Journal of the European Union, “Decision No. 1855/2006 EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 Establishing the Culture Programme /2007 to 2013”, Article 2, 27.12.2006, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:372:0001:0011:EN:PDF> (19.03.2011).

%10'u ile örgütleri, %5' ile bilgi ve analiz, %8'i ile de program yönetimine kaynak vermektedir"⁴³⁷.

Turizm sektörünün yararlanabileceği diğer bir kaynak, Avrupa Yatırım Bankası (AYB) kredileridir. AYB genel olarak AB üye ülkelerinin dengeli kalkınmasına katkıda bulunan projelere kredi sağlamakla birlikte, Türkiye'nin de dahil olduğu Akdeniz ülkelerindeki projeleri de desteklemektedir. AYB kredileri, ulaştırma, haberleşme, çevre, enerji, sanayi, tarım, sağlık ve turizm sektörüne kaynak sağlamaktadır. "Banka kredilerinin yaklaşık %85–90 civarındaki kısmı üye ülkelere, geriye kalanı da üye olmayan üçüncü ülkelere verilmektedir. AYB'dan mali yardım talebiyle ilgili projeler, kamu ve özel sektör içinde yer alan kurumlar, dernek, vakıf, belediye ve sivil toplum örgütleri tarafından hazırlanmaktadır"⁴³⁸. Krediler beş banka (Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası, Türkiye Vakıflar Bankası, Türkiye Kalkınma Bankası, Türkiye Halk Bankası ve Ziraat Bankası) aracılığıyla kullanılmaktadır. Avrupa Yatırım Bankası'nın özel sektöre sağladığı krediler üç başlık altında özetlenebilir⁴³⁹ :

- Özel sektöre ait sanayi, turizm ve hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmalar yatırım projelerine finansman sağlama amacıyla AYB kredilerinden yararlanabilmektedir. Kredi miktarı yatırım tutarının %50'sini aşamaz ve firmaya en fazla 12,5 milyon Avro kullanılabilir. Bunun için şirkette çalışan sayısının 500'ün ve şirketin net sabit gelirinin 75 milyon Avro'nun altında olması gerekmektedir.
- Özel sektörün endüstriyel kirliliği azaltmak amacıyla gerçekleştirdikleri yatırımlar AYB Çevre Kredileri kapsamında kredilendirilmekte, toplam yatırımın %50'sini aşmamak koşuluyla en fazla 25 milyon Avro alabilmektedirler.

⁴³⁷ Europa, "Culture Programme", http://europa.eu/legislation_summaries/culture/l29016_en.htm (19.03.2011).

⁴³⁸ Hakan Karabacak, "Avrupa Birliği Mali Yardımları ve Türkiye ile Mali İşbirliği", Maliye Dergisi, http://portal1.sgb.gov.tr/calismalar/maliye_dergisi/yayinlar/md/md146/ABmaliyardim.pdf. (25.03.2011).

⁴³⁹ İstanbul Ticaret Odası, "AB'nin Türkiye'ye Sunduğu Mali Yardımlar", http://www.iso.org.tr/tr/web/statiksayfalar/abm_avrupa_birligi_2.aspx. (25.03.2011).

- AYB'nın sağladığı diğer bir kredi de Küçük İşletmeler Aracılık Kredisidir. Toplam kredi tutarı 150 milyar olup, özel sektöre ait imalat sanayi, turizm ve hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmaların Türkiye sınırları içerisindeki yatırım projelerine finansman sağlamak amaçlıdır. Krediyeye başvuru esnasında firmanın çalışan sayısının 250'nin altında olması şartı aranmaktadır.

Turizm sektörü finansal destek açısından, AB'nin araştırmaları desteklemek ve teknoloji düzeyini geliştirmek amacıyla, çok yıllık bir sistem olarak geliştirdiği 7.Çerçeve Programı'ndan (ÇP) da yararlanmaktadır. İlki 1984 yılında başlayan Çerçeve Programların yedincisi 2007 yılında başlamış olup, 2013 yılında sona erecektir. Üye ülkeler ve ortaklar arasında Ar-Ge ve teknoloji işbirliğini güçlendirmeyi, sosyal ve ekonomik kalkınmayı amaçlayan programın ulusal koordinatörlüğünü TUBİTAK yürütmektedir. “Yaklaşık 50 milyar Avro'luk bir fon büyüklüğüne sahip AB 7. ÇP, ödemelerin AB hibelerinden karşılanan miktarı, ulusal bütçeden ayrılan miktar ve Türk ortakların aldığı fon miktarları Tablo 27 de gösterilmektedir. Buna göre; Türk kuruluşlarının içinde yer aldığı 7.ÇP projelerinin toplam portföy büyüklüğü 1,1 Milyar Avro'ya ulaşırken, bu rakamın 82 Milyon Avro'su ülkemizde harcanmıştır. Bu rakam ulusal bütçeden 7.ÇP bütçesine transferi gerçekleştirilen miktarın %102,4'üne tekabül etmektedir”⁴⁴⁰.

Tablo 27: Yedinci Çerçeve Programı Katkı Payları

Yıl	Ulusal fon	AB hibe yardımı	Toplam	Türk ortakların aldığı fon miktarı	Desteklenen Türk ortak sayısı
	Milyon €	Milyon €	Milyon €	Milyon €	
2007	9.9	12.5	22.4	26.8	145
2008	26.3	4.5	30.8	19.5	121
2009	24.5	16.6	41.1	27.6	164
2010	19.8	34.3	54.1	8.5	110
Toplam	80.5	67.9	148.4	82.4	540
Türk ortakların yer aldığı projelerin toplam portföy büyüklüğü 1,1 Milyar €					

Kaynak: TUBİTAK AB Çerçeve Programları Ulusal Koordinasyon Ofisi, “AB 7. Çerçeve Programı (7.ÇP) Ülke Performansı”, Ankara, Aralık 2010. (7.ÇP) s.2.

⁴⁴⁰TUBİTAK AB Çerçeve Programları Ulusal Koordinasyon Ofisi, (7. ÇP), s.2.

7. ÇP, “işbirliği”, “kişiyi destekleme”, “fikirler” ve “kapasiteler” olmak üzere dört programdan oluşmaktadır. Başlıca hedefi işletmeler ile araştırma kuruluşları arasında işbirliğini sağlayarak önemli alanlarda Avrupa’nın liderliğini sağlamak olan “işbirliği” programının tematik alanları şunlardır⁴⁴¹:

- Sağlık,
- Gıda, tarım ve biyoteknoloji,
- Bilgi ve iletişim teknolojileri,
- Nanoteknoloji,
- Enerji,
- Çevre,
- Ulaştırma,
- Sosyo ekonomik ve beşeri bilimler,
- Güvenlik,
- Uzay.

“Kapasiteler” pogramı çerçevesinde ise KOBİ’lerin desteklenmesi, araştırma altyapılarının oluşturulması, toplumların birbirine yaklaştırılması, uluslararası işbirliği ve bilgi bölgelerinin geliştirilmesi gibi alanlarda projeler desteklenmektedir.

3.5. TÜRKİYE’DE KIRSAL KALKINMA

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), AB’nin Kırsal Kalkınma stratejisi doğrultusunda Türkiye’nin Kırsal Kalkınma Planı’na esas teşkil etmek ve kırsal kalkınma ile ilgili projelere perspektif sağlamak amacıyla “*Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi*”ni (UKKS) yayımlamıştır. Kırsal alanların yapısındaki çeşitlilik ve bunun zaman içinde değişim göstermesi nedeniyle kesin bir tanımlı yapılamamakla birlikte, bu strateji belgesinde kırsal alanlar, 20 binin altında nüfusa sahip alanlar olarak kabul edilmektedir. TÜİK tarafından yayımlanan çalışmalarda nüfus yoğunluğuna bakılmaksızın, idari yapı esas alınarak il ve ilçe merkezleri şehir, diğer yerler ise köy

⁴⁴¹ Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (ABGS), “AB Çerçeve Programları: 7. Çerçeve Programı”, <http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=45035&l=1> . (25.03.2011).

olarak ele alınmaktadır. Ancak kırsal alanların ekonomik, sosyal, kültürel açıdan farklılıkları göz önünde bulundurularak kır/kent ayrımına sosyolojik açıdan da bakılmaktadır. Kırsal kalkınma ise; *“kırsal alanda, sürdürülebilir doğal kaynak kullanımını esas alarak, bir taraftan kırsal kesimin gelir düzeyinin ve yaşam kalitesinin yükseltilmesi yoluyla gelişmişlik farklarının azaltılması amacına yönelik, diğer taraftan çevresel ve kültürel değerlerin korunmasını ve geliştirilmesini gözeterek, yerelde farklılaşan sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri, ihtiyaçları, potansiyelleri ve dinamikleri dikkate alarak çok sektörlü yaklaşımla planlanan faaliyetler bütünü olarak kabul edilmektedir”*⁴⁴². Kırsal kalkınma aşağıdaki nitelikleri içermektedir⁴⁴³:

- Ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutları bulunan bir süreçtir,
- Evrensel ölçütler, eşitlik ve denge (adalet) ilkeleri ile geliştirilmiş kırsal yaşam düzeyidir,
- Kırsal toplumun ülke gelişmişliği ve refahından, yerinde kalkınarak pay almasıdır,
- Kırsal emeğin üretken olduğu ve haklarını aldığı bir istihdam biçimidir,
- Kaynaklara daha iyi ulaşım, refah ve gelirin dengeli paylaşılarak geliştirilen yaşam düzeyidir,
- Kırsal alanda yoksulluğun ve kötü beslenmenin yok edilmesidir,
- Kırsal toplum yaşamının modernizasyonudur,
- Kent/köy ayrışımının azaltılmasıdır,
- Kırsal sayılan ortamların ekonomik kalkınmasıdır.

AB-Türkiye Karma İstişare Komitesi’nin 21. toplantısı 2006 yılında “AB ve Türkiye’de Kırsal Kalkınma” üzerine Kayseri’de yapılmış ve bu konuda bir de rapor yayımlanmıştır. AB ve Türkiye’deki kırsal durum hakkında bilgi vermeyi, kırsal toplumların kırsal kalkınmayla ilgili beklentilerini karşılamak için Avrupalı kurumların dikkatini çekmeyi, her iki toplumda da sürdürülebilir çevre ve kırsal

⁴⁴² DPT, “Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2007-2013), Ankara 2007 (Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi), s. 3.

⁴⁴³ DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara 2000, s. 3.

kalkınmayı gerçekleştirmek için özellikle istihdamı geliştirmeye, sosyal güvenlik, eğitim ve öğretime, cinsiyet eşitliğine, ortak çıkar olarak daha fazla önem verilmesini amaçlayan raporda öne çıkan unsurlar şunlardır⁴⁴⁴:

- Türkiye’de kırsal kalkınma 1970’lerden bu yana tarım politikasının yanı sıra en önemli araç olarak düşünülmüştür. Türkiye’nin AB’ye tam üyelik hedefi doğrultusunda OTP içinde kırsal kalkınma politikasının artan öneminin yanı sıra, Dünya Ticaret Örgütü’nün (DTÖ) kararları da bunda etkili olmuştur.
- Leader Programı 1991’de sunulduğundan beri yerel toplumları AB kırsal kalkınmasına teşvik etmektedir. Benzer katılımcı yaklaşım 1990’ların ortalarından bu yana Türkiye’de kırsal kalkınma programında da benimsenmiştir.
- AB’de kırsal alanlarda tarım ekonomik ağırlığı ve istihdam payı açısından daha az önemli iken, Türkiye’de durum tam tersinedir.
- WTO’un dünya ticaretini serbestleştirmesinin sonucu olarak küresel pazarlar doğmuştur.
- Tam zamanlı olarak doğrudan tarımda çalışan çiftçilerin sayısında azalma bulunmaktadır.
- Bazı kırsal alanlarda işsizliğin sonucu olarak ciddi düzeyde yoksulluk artmakta ve yeni istihdam olanaklarına ve yeni gelir kaynaklarına ihtiyaç bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye’deki kırsal göç kentlerde ciddi sosyo-ekonomik problemlere yol açmaktadır. Bu durum kırsal kesimde geriye yaşlı nüfusun kalmasına neden olmaktadır.
- AB’de ve Türkiye’de sürdürülebilir kalkınma politikalarının uygulanabilmesi için kırsal alanlarda finansal desteğe ihtiyaç bulunmaktadır.

⁴⁴⁴ Frank Allen ve Nurullah Özcan, “Rural Development in EU-Turkey”, **21th meeting of the EU-Turkey Joint Consultative Committee**, Kayseri Turkey, 13-14 July 2006, ss.1-27.

3.5.1. Kırsal Alanların Sorunları

Köyden Kente Doğru Yapılan Göçler: Türkiye'nin kırsal kalkınma konusunda 1950'li yıllardan beri süregelen önemli yapısal sorunlarından birisi kırdan kente doğru yapılan göçtür. Ülkemizde kentte yaşayan nüfus hızla artarken, köylerde yaşayanların oranı azalmaktadır. Tablo 28 köy ve şehir nüfuslarının dağılımını göstermektedir. 1950 yılında nüfusun %75'i köylerde yaşarken, günümüzde yaklaşık %25'i köylerde yaşamaktadır. 1980'lerden sonra hızla artan kente doğru yapılan göç günümüzde halen devam etmektedir. Göçün önemli nedenleri olarak tarım arazilerinin parçalı ve küçük olması, bu arazilerin artan nüfusa yetecek kadar çok olmaması, makineleşme ve kırsal kesimde tarım dışı istihdam olanaklarının yetersiz olması gösterilmektedir.

Tablo 28: Köy ve Şehir Nüfuslarının Dağılımı (1970-2009)

Yıl	Toplam	Şehir nüfusu	Yüzde	Köy nüfusu	Yüzde
1950	20.947.188	5.244.337	25.04	15.702.851	74.96
1960	27.754.820	8.859.731	31.92	18.895.089	68.08
1970	35.605.176	13.691.101	38.45	21.914.075	61.55
1975	40.347.719	16.869.068	41.81	23.478.651	58.19
1980	44.736.957	19.645.007	43.91	25.091.950	56.09
1985	50.664.458	26.865.757	53.03	23.798.701	46.97
1990	56.473.035	33.326.351	59.01	23.146.684	40.99
2000	67.803.927	44.006.274	64.90	23.797.653	35.10
2007	70.586.256	49.747.859	70.48	20.838.397	29.52
2008	71.517.100	53.611.723	74.96	17.905.377	25.04
2009	72.561.312	54.807.219	75.54	17.754.093	24.46

Kaynak: 1927-2000 Genel Nüfus Sayımı, <http://www.tuik.gov.tr/Beslenme/excel/0101t01.xls>, 2007-2008 ADNKS Sonuçları.

1975-2000 yılları arasında 19,5 milyon kişi kentlere göç etmiştir. ADNKS sonuçlarına göre, sadece 2007-2008 yılları arasında bir yıllık dönemde kentlere doğru göç edenlerin sayısı 2.2 milyon kişidir. Göç edenlerin profilleri incelendiğinde önemli bir kısmının gençlerden oluştuğu görülmektedir. Cinsiyete göre de göç etme nedenleri değişmektedir. “Filiztekin ve Gökhan, 2008 yılında yaptıkları araştırmalarında göçmen erkeklerin önemli bir kısmının (%28,45) kentlere iş bulmak amacıyla göç ettiğini, kadınlarda (%53,24) ise başlıca göç nedeninin bir aile üyesiyle

birlikte olmak veya eş durumu nedeniyle olduğunu ortaya koymuştur”⁴⁴⁵. Kente doğru yapılan göç sadece kırsal alanlarda değil aynı zamanda kentlerde de sayısız sosyo-ekonomik ve alt-yapı sorunlarına yol açmaktadır.

Sosyo-Ekonomik Sorunlar: Kırsal kesimden kentlere doğru yapılan göçün önemli nedenlerinden biri de kırsal kesimde yaşanan yoksulluktur. 2002-2008 yılları arasında Türkiye genelinde ve kentlerde yaşanan yoksulluk azalırken, kırsal kesimde 2004 yılına kadar artış göstermiş, 2005 yılından sonra bir miktar azalmış olmakla birlikte kentlere oranla yüksek olan seyrini korumuştur. Tablo 29 kent ve kırsal kesimdeki yoksulluk oranlarını göstermektedir.

Tablo 29: Kent ve Kırsal Kesimde Yoksul Fert Oranları

Hane Halkı Büyükülüğü	Yoksul Fertin Nüfusa Oranı (%)							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Türkiye	26,96	28,12	25,60	20,50	17,81	18,56	17,11	18,08
Kent	21,95	22,30	16,67	12,83	9,31	10,61	9,38	8,86
Kır	34,48	37,13	39,97	32,95	31,98	32,18	34,62	38,69

Kaynak: TÜİK, 2009 Yoksulluk Çalışması Sonuçları, Haber Bülteni, Sayı:3, 6 Ocak 2011.

Kırsal kesimde yoksulluğun nedenleri arasında tarımda verimliliğin düşüklüğü, işletme büyüklükleri, toprak-aile ilişkileri, aile yapısı, çocuk sayısı ve istihdam olanakları gibi nedenler gösterilmektedir. Bu amaçla, kent ve kırsal kesimde işgücüne katılma ve istihdam oranları karşılaştırmalı olarak incelendiğinde (Tablo 30.), kentlerde 2005 yılına kadar düşme gösterdiği ve sonra tekrar artmaya başladığı, buna karşın kırsal kesimde ise 2008 yılından sonra kısmi bir artış olsa da genel olarak azalma eğiliminde olduğu görülmektedir. “Kırsal kesimde başat istihdam alanın tarım olması ve tarımdan kopmaların devam etmesi nedeniyle kırsal kesimdeki işgücü göstergelerinde azalma eğiliminin devam edeceği söylenebilir. Tarımın gençler tarafından cazip bir istihdam alanı olarak görülmemesi ve kırsal kesimde tarım dışı sektörlerdeki istihdam potansiyelinin düşük olması, gençlerin kırsal alan dışında iş aramasına neden olmaktadır”⁴⁴⁶.

⁴⁴⁵ Alpay Filiztekin ve Ali Gökhan, “The Determinants of Internal Migration In Turkey”, **Faculty of Arts and Social Sciences, Sabanci University**, <http://www.ecomod.org/files/papers/749.pdf> . s.9.

⁴⁴⁶ Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Kırsal Kalkınma Planı (2010-2013), Ankara, [http://www.sp.gov.tr/documents/KKP\(2010_2013\).pdf](http://www.sp.gov.tr/documents/KKP(2010_2013).pdf) . (15.02.2011) s.18.

Tablo 30: Temel İşgücü Göstergeleri

İşgücü göstergeleri	Türkiye				Kent				Kır			
	1990	2000	2005	2010	1990	2000	2005	2010	1990	2000	2005	2010
İşgücüne katılma oranı	56.6	49.9	46.4	48,8	47.2	44.1	44.1	46,7	66.9	58.7	52.1	53,7
İstihdam oranı	52.1	46.7	41.5	43,0	41.5	40.2	38.4	40,1	63.6	56.4	48.8	49,7
İşsizlik oranı	8.0	6.5	10.6	12,0	12.1	8.8	12.8	14,2	4.9	3.9	6.3	7,6

Kaynak: TÜİK HİA sonuçları ve Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Kırsal Kalkınma Planı (2010-2013), Ankara, s.19 ve TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması 2011 Nisan Dönemi Sonuçları, Haber Bülteni, Sayı:147, 15 Temmuz 2011.

Alt Yapı Sorunları: Ülkemizde hemen hemen yolu olmayan köy kalmamıştır. Ulaştırmadaki sorunlar kırsal kesime ulaşımdan daha çok, iklim, topografya gibi koşullardan etkilenen mevcut yolların standartlarının yükseltilmesine yöneliktir. Köylerin bağlı oldukları merkezlere erişimlerinin daha sık sağlanması, trafik güvenliğinin geliştirilmesi kırsal kalkınma ve turizmin geliştirilmesi açısından önemlidir. Elektrik, su ve iletişim hizmetleri açısından da alt yapıya ilişkin yatırımlar tamamlanmış gibi gözüküyorsa da, şebekeli içme suyu hizmetinin yaygınlaştırılması, arıtma tesislerinin kurulması, kanalizasyon alt yapısının yaygınlaştırılması, atık yönetiminin güçlendirilmesi, katı atıkların geri kazanılması ve enerji dağıtım ve iletişim alt yapısının güçlendirilmesine ilişkin önlemlerin geliştirilmesi gerekli görülmektedir. Küresel gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda internet erişim merkezlerinin kurulması, yenilenebilir enerji kaynakları açısından zengin bir potansiyele sahip ülkemizin güneş, rüzgar, jeotermal enerji kaynaklarından yararlanma olanaklarının geliştirilmesi önem kazanmaktadır.

Kırsal kesimde işsizliğin artması, istihdam olanaklarının tarımla sınırlı olması ve buna bağlı olarak yoksulluğun artış göstermesi, ekonominin çeşitlendirilmesinin önemini ortaya çıkarmaktadır. Tarım dışı istihdam olanaklarının geliştirilmesi özellikle gençlerin kentlere göçünü önleyecek ve kırsal kesimdeki yoksulluğu azaltacak çözüm yolu olarak görülmektedir. Bu amaçla (2010-2013) döneminde kırsal kalkınma alanındaki öncelikli tedbir ve faaliyetleri içeren, ulusal kırsal kalkınma stratejisi ile uyumlu bir *Kırsal Kalkınma Planı* (KKP) hazırlanmıştır. Plan, Türkiye'nin ilk Kırsal Kalkınma Planı olması açısından da ayrı bir önem

taşımaktadır. “UKKS’de belirlenmiş olan 4 stratejik amaç ve 10 öncelik alanından oluşan politika çerçevesi doğrultusunda belirlenmiş bulunan söz konusu tedbirler ve faaliyetler, KKP’nin temelini oluşturmaktadır. Bu faaliyetler, KKP’nin onaylanmasından sonra hayata geçirilecek kırsal kalkınma uygulamaları (proje ve program vb.) açısından bağlayıcı niteliktedir”⁴⁴⁷.

Planda kırsal ekonominin geliştirilmesi ve iş imkanlarının artırılması amacına yönelik olarak üç ana grupta geliştirilen önlemler arasında ilk sırada kırsal turizmin geliştirilmesi bulunmaktadır. Dünyada tüketici eğilimlerindeki değişmeye bağlı olarak turizmin giderek artan bir çeşitlendirme içinde olması ve ülkemizin zengin doğal ve kültürel kaynaklara sahip olması, ancak bu potansiyelin yeterince iyi değerlendirilememesi, ülkemizde de kırsal alanların kalkınması açısından tarımsal turizmin önem kazanmasına yol açmaktadır. Türkiye’de kırsal alanlar, zengin peyzaj değeri, kültürel özellikleri ve yöresel el sanatlarıyla turizme kazandırıldığında sadece iş olanaklarının geliştirilmesi, yoksulluğun önlenmesi bakımından değil, aynı zamanda mevcut potansiyelin daha iyi değerlendirilmesi, kültürel mirasın ve çevrenin korunması da sağlanmış olacaktır. Bu amaçla planda belirtilen tedbir hedefleri şunlardır⁴⁴⁸:

- Tarımsal turizm faaliyeti yürüten işletme sayısının artırılması,
- Yöresel kültür mirasını barındıran özellikli köylerin korunması,
- Kırsal turizm için barınma kapasitesinin artırılması,
- İlçelerin tanıtımının artırılması,

Bu amaçla gerçekleştirilecek faaliyetler ise dört grupta toplanmıştır. Bunlar⁴⁴⁹;

- Tarımsal turizm alt yapısının geliştirilmesi,
- Kültür köyü modelinin oluşturulması,
- Konaklama işletmeciliğinin geliştirilmesi,
- İlçe turizm bilgi paketinin hazırlanması olarak sıralanmaktadır.

⁴⁴⁷ Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, s. 30.

⁴⁴⁸ Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, s. 32.

⁴⁴⁹ Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, s. 32.

Planda, ekonominin geliştirilmesi ve iş olanaklarının artırılması amacına yönelik olarak kırsal ve tarımsal turizmin geliştirilmesinin yanı sıra yöresel el sanatlarının geliştirilmesi, karayolları üzerinde seyyar satış yerlerinin düzenlenmesi, yöresel ürünlerde markalaşmanın sağlanması ve yöresel ürün tanıtım organizasyonları ve fuarların düzenlenmesi gibi önlemler de önerilmektedir. Bu faaliyetler kırsal alanlarda tarımsal turizmin gelişmesine destek vereceği gibi, ekonomik canlanmayı sağlayacak ve işsizliği azaltacak faaliyetler olarak görülmelidir.

Kırsal kalkınmada AB politikalarına uyum sağlamak açısından bazı kavramlar ön plana çıkmaktadır. Bunlar sürdürülebilirlik, Bölgesel Kalkınma Ajansları ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir unsur olan mesleki eğitimidir. Aşağıda kısaca bu kavramlar üzerinde durulmaktadır.

3.5.2. Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma

Sürdürülebilir kırsal kalkınma, içinde yaşanılan çevrenin doğal, ekonomik ve kültürel kaynaklarından yararlanırken, aynı zamanda koruyan ve gelecek kuşakların kullanım hakkına saygı gösteren bir anlayışın benimsenmesi demektir. Sürdürülebilir bir yaklaşımla kırsal kalkınma, ekonomik büyüme ve toplumun yaşam standartları geliştirilirken, aynı zamanda kısa vadeli bu amaçlar için kaynakların yok edilmemesi ve gelecek kuşaklara aktarılacak şekilde dengeli kullanılması anlamına gelmektedir. Sürdürülebilirlik (2010-2013) Kırsal Kalkınma Planı'nda, *“doğal kaynakların taşıma kapasitesini zorlamadan ve mevcut kaynaklardan herhangi bir azalma ya da nitelik değişikliğine yol açmadan, kaynakların bugünün ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını ve özlemlerini karşılama potansiyeli muhafaza edilerek kullanılması”* olarak tanımlanmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma; *“doğal sermayeyi tüketmeyen, gelecek kuşakların da gereksinimlerine sahip çıkan, ekonomi ile eko-*

*sistem arasındaki dengeyi koruyan, ekolojik açıdan sürdürülebilir nitelikte olan bir ekonomik kalkınmadır”.*⁴⁵⁰.

DPT tarafından hazırlanan Ulusal Kalkınma Stratejisi’nde kırsal kesimde; ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla sürdürülebilir iş ve yaşam koşullarını sağlamak için aşağıdaki önlemlerin alınması gerektiği belirtilmektedir⁴⁵¹.

- Kırsal ekonominin gelişiminin istikrarlı bir yapıya kavuşturulması, tarımsal ve tarım dışı faaliyetlerde bulunan işletmelerin ekonomik sürekliliğinin gözetilmesi,
- Tarımsal yapıdaki dönüşüm sürecinde ortaya çıkabilecek işsizlik sorununun olası sosyal ve ekonomik olumsuz etkilerinin gelir çeşitlendirilmesi yoluyla en aza indirilmesi,
- Sosyal ve kültürel hayatın zenginleştirilmesi,
- Ekonomik faaliyetlerin; çevre, doğal kaynaklar, tarihi ve kültürel varlıklar üzerindeki etkilerinin izlenmesi ve olumsuz etkilerinin önlenmesine yönelik kurumlar arası işbirliği,
- Kamu yatırımlarında ve kamu hizmetleri sunumunda süreklilik.

Sürdürülebilir kırsal kalkınma ancak uzun dönemi dikkate almakla gerçekleştirilebilmektedir. Aksi takdirde mevcut kaynaklardan gelecek kuşakların yararlanması mümkün olmayacaktır. Sürdürülebilir turizm uzun dönemde doğal kaynakları tüketmeden ve çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmadan turizm sektörünün planlanması ve yönetilmesini gerektirmektedir. Yer altı ve yer üstü kaynaklar, bitki ve hayvan çeşitliliği gibi çevresel değerler ile turizm arasında uzun dönemli olumlu sonuçlar yaratan ilişkiler sürdürülebilir olarak nitelenmektedir. Bu nedenle, tarımsal alanların ve doğal çevrenin korunmasına önem veren tarımsal turizm, sürdürülebilir kırsal kalkınmanın araçlarından biri olarak görülmektedir.

⁴⁵⁰ Serkan Gürlük, “Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Sürdürülebilir Kalkınma”, **Uludağ Üniversitesi İktisat Fakültesi Dergisi**, Cilt 19, Sayı: 4, Kış Dönemi Aralık 2001, s.10.

⁴⁵¹ DPT, (Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi) s.11.

3.5.3. Bölgesel Kalkınma Ajansları

Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA), AB’ne uyum çerçevesinde gündeme gelmiştir. AB, her ülkenin bölgelerini belirlemesini istemekte ve vereceği mali yardımları bu bölgelere göre dağıtmaktadır.

1950’li yıllardan beri dünyada farklı kurumsal yapıda, çeşitli bölgesel kalkınma ajansları olmakla birlikte, AB’nde 1990’lı yılların başlarında bölgelerin AB içinde temsil edilmeye başlanmasıyla birlikte ve özellikle Maastricht Antlaşması’yla bölgelerin önem kazanması sonrasında gelişme göstermiştir. 1990’lı yıllardan sonra AB içinde kurumsal yapıları, mali kaynakları, görev ve sorumlulukları açısından farklılaşan çok sayıda BKA ortaya çıkmış ve zaman içinde sayıları giderek daha da artmıştır. “Örneğin İtalya’da 1990’lara kadar yaklaşık 39 kalkınma ajansı varken, AB Yapısal fonları’nın aktif olarak kullanılmaya başlanmasından sonra, bugün 224 kalkınma ajansı bulunmaktadır. AB’ye sonradan katılan Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Polonya, Estonya, Litvanya, Latvia da, BKA’larla 1990’larda AB’nin isteği üzerine tanışmış, hatta Doğu Avrupa ülkelerinin BKA’ları da, bizzat AB’nin görevlendirdiği uzmanlarla ve ilk aşamada AB finansmanı ile kurulmuştur”⁴⁵².

Türkiye’de 5449 sayılı “*Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkındaki Kanun*” 25.01.2006’da kabul edilerek 08.02.2006 tarih ve 26074 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır. Birinci maddede yer alan “*Kanunun amacı; kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak üzere oluşturulacak kalkınma ajanslarının kuruluş, görev ve yetkileri ile koordinasyonuna*

⁴⁵² Pınar Özen, “Bölge Kalkınma Ajansları”, **Tepav/Epri**, Mayıs 2005, s.4.
http://www.tepav.org.tr/upload/files/1271245092r8246.Bolgesel_Kalkinma_Ajanslari.pdf
(24.03.2011).

ilişkin esas ve usûlleri düzenlemektir”⁴⁵³. Kanun Ajansların görev ve yetkilerini, teşkilat yapısını belirlemekte, bütçelerine ve denetimlerine ilişkin hükümler içermektedir. Kanuna göre, ajansların ulusal düzeydeki koordinasyonundan DPT sorumludur. DPT’nin ajanslarla ilgili görevleri arasında projelendirme konusunda ajanslara rehberlik ve danışmanlık yapmak, programların uygulanmasını izlemek ve değerlendirmek bulunmaktadır. Ajansların gelirleri genel bütçe vergi gelirleri tahsilatından, AB ve diğer uluslararası fonlardan, faaliyet gelirlerinden, bölgedeki il özel idareleri, belediyeler, sanayi ve ticaret odalarının bütçelerinden aktarılacak paylar ve ulusal ve uluslararası kuruluşların bağışlarından sağlanmaktadır.

“Avrupa Birliği’nde bölge, coğrafi, ekolojik, ekonomik, kültürel, etnik, kentsel ve yönetsel açıdan benzer, yakın bütün olan alan parçalarıdır”⁴⁵⁴. AB istatistiki bölge sınıflandırmasında bölgeler NUTS I, NUTS II ve NUTS III olarak ayrılmakta, NUTS I bölgeleri NUTS II bölgelerine ve NUTS II bölgeleri de NUTS III bölgelerine bölünmektedir. Türkiye’de ise, AB bölgesel istatistik sistemi ile karşılaştırılabilir olması açısından coğrafi ölçütler kullanılarak üç düzeyde istatistiki bölge birimleri oluşturulmuştur. Düzey 3, il bazında olup 81 adettir. Birbirine komşu iller gruplandırılarak 26 adet olan düzey 2 elde edilmiştir. Düzey 2’lerin gruplandırılması sonucu 12 adet olan düzey 1 elde edilmiştir. Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkındaki kanun’da bölge; düzey 2 istatistiki bölge birimi olarak ifade edilmektedir ki bundan 26 bölgenin olduğu ve her bölgede kalkınma ajansının kurulabileceği anlaşılmaktadır.

Bölgesel Kalkınma Ajansları, bölgenin alt yapı hizmetlerine destek sağlayan, bölgesel kalkınma problemlerini belirleyerek bunların çözümüne yönelik projeleri destekleyen, bölgesel girişimciliği teşvik eden ve bölgenin sektörel sorunlarına, eğitime ve çevreye ilişkin sorunlarına çözüm yolları geliştiren kuruluşlardır. Bölgenin potansiyelini göz önünde bulundurarak, bölge halkının ve girişimcilerin

⁴⁵³ 08.02.2006 Tarih ve 26074 sayılı Resmi Gazete, “Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkındaki Kanun”,
<http://www.dpt.gov.tr/bgyu/kalkinmaajans/5449SayiliKanun.pdf> . (27.03.2011).

⁴⁵⁴ Mürteza Hasanoğlu ve Ziya Aliyev, “Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Ajansları”, **Sayıstay Dergisi**, Sayı: 60, Ankara 2006, s.84.

katılımı ile bölge halkının refahını artırmayı ve bölgede ekonomik canlanmayı hedefleyen kuruluşlardır.

Kalkınma ajansları bu amaçlar doğrultusunda projelere destek vermektedirler. Alternatif turizm, turizmin çeşitlendirilmesi ve girişimcilik ruhunun harekete geçirilmesi, yöresel ürünlerin tanıtımının ve satışının yapılması gibi bölge potansiyelini geliştici projeler destek almaktadır. Örneğin, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Sanayi ve Turizm Sektörlerinde Rekabetçiliğin Artırılması Mali Destek Programı kapsamında Antalya, Burdur ve Isparta’da toplam destek tutarı 7 milyon TL olan bir proje başlatmaktadır. “Programın amacı; bölgenin ulusal ve uluslararası tanınırlığının sağlanması ve TR61 Düzey 2 Bölgesi’nde üretilen mal ve hizmet gruplarının katma değerlerinin artırılması yoluyla bölgede faaliyet gösteren işletmelerin rekabetçiliklerinin geliştirilmesidir”⁴⁵⁵. Bu amaç doğrultusunda belirlenen öncelik alanlarından birisi ise, bölgede turizm sezonunun 12 aya yayılması ve alternatif turizm olanaklarının değerlendirilmesidir. Benzer şekilde, “Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı da Turizmde Bölge Potansiyelinin Harekete Geçirilmesine Yönelik Mali Destek Programı kapsamında turizm projelerine destek vermektedir”⁴⁵⁶.

İzmir Kalkınma Ajansı Turizm ve Çevre Mali Destek Programı 2009, “Adım Adım Ekoturizm Projesi”ni başlatmıştır. Projenin amacı İzmir bölgesinde turizm çeşitlendirilmesiyle bölgenin turizm rekabet edebilirliğinin artırılmasına katkı sağlamaktır⁴⁵⁷.

⁴⁵⁵ BAKA, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, “Sanayi ve Turizm Sektörlerinde Rekabetçiliğin Artırılması Mali Destek Programı”, <http://www.euhibe.com/?p=251> . (26.03.2011).

⁴⁵⁶ DOKA, Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı, “Turizmde Bölge Potansiyelinin Harekete Geçirilmesine Yönelik Mali Destek Programı”, <http://www.doka.org.tr/turizm-b.php> . (26.03.2011).

⁴⁵⁷ Ege Orman Vakfı, İzmir Kalkınma Ajansı Turizm ve Çevre Mali Destek Programı 2009, Adım Adım Ekoturizm Projesi”, <http://www.egeorman.org.tr/frmlzkaProjesi2.aspx> . (26.03.2011).

3.5.4. Türkiye’de Mesleki Eğitim

Mesleki eğitim, AB’ne tam üyelik sürecinde müzakere başlıklarından biri olan “Eğitim ve Kültür” başlığı altında yer almaktadır. Türkiye’nin AB mesleki eğitim politikasına yönelik ilk önceliği, mevzuata uyum çalışmaları olmuştur. Bu nedenle 1986 yılında çıkarılmış olan 3308 sayılı “Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu” nda değişiklikler yapılmış ve 1994 yılından bu yana çok sayıda çalışma yürütülmüştür. 1997 yılında zorunlu eğitim sekiz yıla çıkarılmış ve 2001 yılında 3308 sayılı Kanunu ve ilgili diğer kanunları değiştiren düzenlemeler TBMM’de kabul edilmiştir.

10.07.2001 tarihinde 24458 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 4702 sayılı "Yükseköğretim Kanunu, Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu, İlköğretim ve Eğitim Kanunu, Millî Eğitim Temel Kanunu, Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu, Millî Eğitim Bakanlığı’nın Teşkilât ve Görevleri Hakkında Kanun ile 24.3.1988 Tarihli ve 3418 Sayılı Kanunda Değişiklik Yapılması ve Bazı Kâğıt ve İşlemlerden Eğitime Katkı Payı Alınması Hakkında Kanun ile Millî Eğitim Bakanlığı’nın Teşkilât ve Görevleri Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun⁴⁵⁸" kabul edilmiştir. Bu değişiklikler ile mesleki eğitim sisteminin AB mevzuatına uyumu ve ülkemiz insan gücünün daha nitelikli hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

4702 sayılı Kanunla ortaöğretim yeniden yapılandırılmakta ve ortaöğretimde mesleki ve teknik eğitimin ağırlığı artırılmaktadır. Meslek odaları, belediyeler v.b. işyeri açacak olanlardan ustalık belgesini istemeleri zorunlu hale getirilmektedir. Bu hüküm, iş yeri açacak olanların ve çalışanların daha nitelikli olmalarını gerektirmektedir. Üç yıl süreli mesleki ve teknik orta öğretim kurumlarından mezun olanlara ustalık sınavına girme hakkı verilmektedir. Kalfaların da ustalık eğitimi kurslarını başarı ile tamamlamaları veya Bakanlıkça belirlenen süre kadar çalışmaları koşuluyla ustalık belgesi alabilmeleri sağlanmaktadır. Çıraklara veya çırak adaylarına da mesleki eğitim görme zorunluluğu getirilmektedir. Ayrıca, Kanunun

⁴⁵⁸10.07.2001 tarih ve 24458 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 4702 Sayılı Kanun, <http://mevzuat.meb.gov.tr/html/197.html> . (28.03.2011).

21. maddesinde Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezlerinin Kurulmasına ilişkin hükümler yer almakta, bu merkezlerde mesleki ve teknik eğitim alanında diploma, sertifika ve belge veren programların uygulanması mümkün olmaktadır. Mesleki eğitimde işletmelere de önemli görevler düşmektedir. Beceri eğitimi yaptıracak işletmelerin eğitim birimi kurması, en az on veya daha fazla öğrenciye beceri eğitimi vermesi gerekmektedir.

4702 sayılı Kanun sadece 3308 sayılı Çıraklık ve Mesleki Eğitim Kanunu'nda değişiklik yapmamıştır. 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanunu'nda da değişiklik yaparak mesleki ve teknik eğitim alan öğrencilerin yüksek öğretime devam etmelerini kolaylaştırıcı hükümler getirmiştir.

Mesleki eğitim alanında diğer önemli bir düzenleme de 2006 yılında kabul edilen 5544 sayılı “*Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanunu*”dur. Bu Kanunun amacı; ulusal ve uluslararası meslek standartlarını temel alarak, teknik ve mesleki alanlarda ulusal yeterlilik esaslarını belirlemek, Mesleki Yeterlilik Kurumunu kurmak ve çalışma usul ve esalarını belirlemektir⁴⁵⁹. 2006 yılında kurulan Kurumun görev ve yetkileri arasında mesleki alanlarda ulusal yeterliliklerin esaslarının belirlenmesi, eğitim ve öğretim kurumlarını akredite edecek kurumların belirlenmesi, mesleki yeterlilik sınavlarının düzenlenmesi ve sınavlarda başarılı olanlara belgelerinin verilmesi bulunmaktadır. Meslek standartlarının belirlenmesi işe alınacak elemanlarda bulunması gereken bilgi ve becerileri belirleyerek istihdam edilecek kişilerin seçiminde doğru karar vermelerini sağlayacağı gibi, elemanlar da bilgi ve becerilerini geliştirme gereği duyacaklardır. Mesleki Yeterlilik Kurumu, 05.10.2006 tarih ve 26664 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “*Ulusal Meslek Standartlarının Hazırlanması Hakkında Yönetmelik*”i çıkarmıştır. Bu yönetmelikle meslek standardı hazırlayacak kurumların seçimi ve meslek standartlarının hazırlanması ve yürürlüğe konulmasının esasları belirlenmektedir⁴⁶⁰.

⁴⁵⁹ 07.10.2006 tarih ve 26312 sayılı Resmi Gazete de yayımlanan “Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanunu”, http://www.alomaliye.com/ekim_06/5544_mesleki_yeterlilik.htm . (28.03.2011).

⁴⁶⁰ 05.10.2006 tarih ve 26664 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ulusal Meslek Standartlarının Hazırlanması Hakkında Yönetmelik”, <http://www.egitimmezuat.com/index.php/20091125556/Yonetmelik/ulusal-meslek-standartlarinin-hazirlanmasi-hakkinda-yoenetmelk.html> . (28.03.2011).

Turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu kalifiye iş gücünü yetiştirmek amacıyla turizm eğitimi, Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı otelcilik ve turizm meslek liseleri, kız meslek liseleri, teknik liseler ve aşçılık meslek liselerinde verilmektedir. Bu okulları bitiren öğrenciler YÖK'e bağlı ön lisans veya lisans eğitimi veren yüksekokullara ve fakültelere devam edebilmektedir. Ayrıca, Turizm Bakanlığı'na bağlı rehberlik kursları, TUREM (Turizm Eğitim Merkezleri), sektöre yönelik düzenlenen kursların yanı sıra, halk eğitim kursları, özel kurslar ve hizmet içi eğitim programları da turizm mesleğinin geliştirilmesi ve daha nitelikli işgücünün yetiştirilmesine katkı sağlamaktadır. Tablo 31'de 2010-2011 öğretim yılı için turizm okul ve öğrenci sayıları belirtilmiştir.

Tablo 31: 2010-2011 Öğretim Yılı (Turizm) Okul ve Öğrenci Sayıları

Okul türü	Okul sayısı	Öğrenci sayısı
Otelcilik ve Turizm meslek Lisesi	117	32.159
METEM	4	1.893
Turizm Eğitim Merkezleri	9	1.320
Toplam	129	35.372

Kaynak: Milli Eğitim Bakanlığı, "Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim", 2011, s.91.

Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi'nde kırsal kalkınmanın hızlandırılması için kırsal işgücünün mesleki ve teknik bilgi açığını giderecek yaygın eğitim hizmetlerinin sunulması önerilmektedir. Bu amaçla ilköğretim başta olmak üzere okul öncesi ve orta öğretimde okullaşma oranlarının yükseltilmesinin yanı sıra, kırsal alanlarda ilköğretimden sonra okula devam edemeyen gençler için yörenin sosyo-ekonomik ihtiyaçlarına uygun kursların düzenlenmesi ve bu konuda kamu kuruluşları, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında işbirliğinin sağlanması öngörülmektedir.

AB'ne tam üyelik sürecinde Türkiye'de mesleki eğitim alanında AB'nin fonlarından sağlanan finansmanla yürütülen projeler de gerçekleştirilmiştir. Mesleki eğitimin niteliğinin ve uygunluğunun geliştirilmesini amaçlayan MEGEP (*Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi*), eğitim ile istihdam arasındaki ilişkinin güçlendirilmesini amaçlayan İKMEP (*İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim*

Yoluyla Geliştirilmesi Projesi) gibi mesleki eğitimle ilgili sorunların çözülmesi ve kalitenin artırılmasına yönelik *Leonardo Da Vinci projesi*, AB'ye üye ve aday ülkelerin mesleki eğitime yönelik politikalarını desteklemek ve geliştirmek için yürütülmektedir. Bu program ülkeler arasında işbirliğiyle mesleki eğitim uygulamalarında kaliteyi geliştirmeyi, yenilikleri teşvik etmeyi amaçlamaktadır. “Leonardo da Vinci II (Mesleki Eğitim) kapsamında gerçekleştirilen projeler yaşamboyu eğitim, dil becerilerini geliştirme, mesleki eğitimi geliştirme, personel hareketliliği, bilgi ve becerilerin iş yaşamına uyumunu sağlama konularındadır”⁴⁶¹. Ayrıca, *yaşamboyu öğrenme*; bireylerin genel ve mesleki eğitimlerinde kendilerini sürekli geliştirmelerini sağlamak üzere sunulan programlardır. “Bu program altında hareketlilik projeleri, ortaklık projeleri, yenilik transferi projeleri ve dil yeterlilik projeleri bulunmaktadır”⁴⁶². Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 15 Kasım 2006 ve 1720/2006/EC sayılı Kararı, Yaşamboyu Öğrenme Programı'nın genel amacını⁴⁶³;

- Yaşamboyu öğrenme yoluyla Topluluğu ileri bir bilgi toplumu haline getirmek,
- Daha çok ve daha iyi iş imkanı yaratmak, sosyal bütünlüğü geliştirmek,
- Çevrenin gelecek kuşaklar için daha iyi korunmasını sağlamak olarak belirtmektedir.

**Tablo 32: Yaşamboyu Öğrenime Katılanlar
(25-64 Yaş Arasındaki Nüfusun Yüzdesi)**

	Toplam		Erkek		Kadın	
	2004	2009	2004	2009	2004	2009
AB-27	9.3	9.3	8.7	8.5	10.0	10.2
Avrupa Alanı (AA-16)	7.3	8.1	7.2	7.7	7.5	8.5
Türkiye	1.1	2.3	1.5	2.4	0.8	2.1

Kaynak: Eurostat, Yaşamboyu Öğrenim İstatistikleri, Eylül 2010.

⁴⁶¹ Murat Tuncer ve Mehmet Taşpınar, “Avrupa Birliği’nde Eğitim ve Mesleki Eğitim Yönelimleri”, **XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı**, Malatya, 6-9 Temmuz 2004, s.4.

⁴⁶² Selin Anapa, “Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitim”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2008, s.107.

⁴⁶³ TÜDER, “Türkiye’de Uygulanmakta Olan AB projeleri, Eğitim Programları ve Fonları”, http://www.tuder.net/index.php?option=com_content&task=view&id=475&Itemid=59. (27.03.2011).

Türkiye’de 2004 yılına göre 2009 yılında hem erkeklerde hem de kadınlarda yaşamboyu öğrenme oranlarının (Tablo 32) arttığı, fakat AB ortalamasının çok altında kaldığını görülmektedir.

3.6. TÜRKİYE’DE KIRSAL KALKINMA İÇİN ALTERNATİF TURİZM POLİTİKALARI VE UYGULAMALARI

AB’nde olduğu gibi, Türkiye ekonomisinde de oldukça önemli bir ağırlığa sahip olan turizm sektörünün boyutları ve yönelimleri değişikliğe uğramaktadır. Küresel rekabet olgusu ve yerli ve yabancı turistlerin beklentilerinin değişmesi, ülkemizin de AB turizmindeki değişmeye paralel olarak alternatif turizm türlerine yönelmesine neden olmaktadır. Türkiye’nin sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi zenginlikleri de bu değişimde uygun zemin hazırlamaktadır. Aşağıdaki kısımda Türkiye’de alternatif turizm politikalarından eko-turizm ve kırsal turizm uygulamalarına değindikten sonra kırsal kalkınma açısından tarımsal turizmin önemi üzerinde durulmaktadır.

3.6.1. Eko Turizm

AB’nde 1980’lerden sonra turistleri çekmek için doğayla ilgili seyahatlerde kavram olarak kullanılmaya başlanan ekoturizm kavramı, Türkiye’de 1992 Rio Çevre Zirvesi’nden sonra sürdürülebilirlik ve çevre tartışmaları ile birlikte gündeme gelip benimsenmeye başlanmıştır. Bu tarihten sonra ekoturizm kavramı benimsenmiş ve “2002 yılının Mayıs ayında, Kanada’nın Quebec kentinde, 133 ülkeden gelen 1100 delegenin katılımıyla yapılan "Dünya Ekoturizm Zirvesi"nde, tüm ülkelerin benimsediği ortak bir tanım saptanmıştır. Buna göre ekoturizm, *"yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, bunun yanısıra yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olurken, sosyal ve kültürel bütünlüklerini koruyup gözetken bir yaklaşım ya da tavır"* olarak benimsenmiştir⁴⁶⁴. Türkiye’de ekoturizm doğal güzellikleri bozulmamış bir çevrede turistlerin yayla turizmi, dağ

⁴⁶⁴ Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği, “Ekoturizm Nedir?”, <http://www.ekoturizmdernegi.org/default.asp> . (28.03.2011).

turizmi gibi doğayla bütünleştiği, küçük ve doğal ortama uygun tesislerde kısa süreli veya günübirlik konaklamalar şeklinde anlaşılmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın sitesinde ekoturizmi; yayla turizmi, botanik turizmi, mağara turizmi, dağcılık ve doğa yürüyüşleri, ormancılık, kuş gözlemciliği (ornitoloji), foto safari, kanyon turizmi gibi başlıklar altında ele aldığı görülmektedir. Turizm etkinliğinin ekoturizm olarak adlandırılabilmesi için şu özelliklere sahip olması gerekir⁴⁶⁵:

- Kaynağa zarar vermemeli ve doğal çevreyi tüketmemelidir,
- İnsana değil, çevreye dönük olmalıdır,
- Yaban hayatına ve çevreye faydası olmalıdır,
- Turizm sürecine yerel halkın aktif katılımını sağlamalıdır

Türkiye’de ekoturizm alanında önemli gelişmeler de yaşanmaktadır. Örneğin, Türkiye’nin ilk Ekoturizm Derneği 2002 yılında İstanbul’da, ilk Doğa Derneği de yine 2002 yılında Ankara’da kurulmuş olup faaliyetlerine başlamışlardır. Ekoturizm Derneği, 2011 yılının sonuna kadar tamamlanmasını öngördüğü “*Türkiye Ekoturizm Envanteri Çıkarma Projesi*”ni başlatmış ve “*I. Ulusal Ekoloji ve Sürdürülebilir Turizm Sempozyumu*” gerçekleştirmeyi planlamıştır. Doğa Derneği, Marmara Gölü, Burdur Gölü’nün korunması, Türkiye’de su kaynaklarının akılcı kullanımı gibi projeleri, Giresun Adası Ekoturizm Gelişim Projesi, Datça Yarımadası’nda Etkin Doğa Korumaya Doğru: DAÇEV’in Kurumsal ve Teknik Kapasitesinin Artırılması Projesi, Liksor Vadisi ve Şenkaya Bölgesindeki Yaban Hayatının ve Çevrenin Korunması Konusunda Farkındalık Yaratma gibi projeleri desteklemekte ve eğitim çalışmaları yapmaktadır⁴⁶⁶. Doğa Derneği’nin Çevre ve Orman Bakanlığı ile birlikte yürüttüğü Dilek Yarımadası Büyük Menderes Deltası Ekoturizm Projesi, Dilek Yarımadası ve Büyük Menderes Milli Parkı’nda, yerel insan kapasitesini de dahil ederek var olan eko-turizm altyapısının güçlendirilmesini hedeflemektedir. Giresun Adası Ekoturizm Gelişim Projesi de turizm çalışmalarını adadaki biyolojik çeşitliliğe

⁴⁶⁵ Oğuz Kurdoğlu, Mehmet Özalp, “Nehir Tipi Hidroelektrik Santral Yatırımlarının Yasal Süreç, Çevresel Etkiler, Doğa Koruma ve Ekoturizmin Geleceği Kapsamında Değerlendirilmesi”, **III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi**, Cilt I., 20-22 Mayıs 2010, s. 700.

⁴⁶⁶ Geniş bilgi için bkz. “Doğa Derneği”, <http://www.dogaderneği.org/calismalarimiz.aspx> . (27.03.2011).

zarar vermeyecek şekilde planlamayı ve adanın bu yönde tanınmasını sağlamayı hedeflemektedir⁴⁶⁷.

Türkiye açısından ekoturizmin önemi; çevre ve kültür değerlerinin sürdürülebilirliğinin garanti altına alınması, doğal çevreye yapılan tahribatı önleyecek uzun vadeli planların gündeme gelmesi, kamuoyunun ve yerel çevre halklarının doğanın ve çevrenin korunmasına ilişkin farkındalığının sağlanması ve bu konuda toplumun bilinçlendirilmesi ve turizmi belirli bir sezon yerine tüm yıla yayıp Türkiye'nin potansiyelinden tam anlamıyla yararlanılması konularında ortaya çıkmaktadır. Ekonomik açıdan bakıldığında diğer turizm türlerinde olduğu gibi Türkiye ekonomisine ve yöre halkına katkıları olacağı kuşku götürmez olmakla birlikte, daha önemlisi uzun dönemde doğal ve ekolojik çevre korunabildiği oranda ekonomik katkısının artacak olmasıdır.

Türkiye, dünyanın pek az ülkesinde bulunan zengin coğrafyası, doğal güzellikleri ile ekoturizm açısından çok şanslı bir ülkedir. 8.000 km uzunluğundaki sahilleri, dağları, yaylaları, akarsularının yanı sıra, dört mevsimin yaşandığı iklim özelliği ve zengin bio çeşitliliği bulunmaktadır. “Türkiye Avrupa ve Orta Doğunun en zengin biyolojik çeşitliliğe sahip ülkelerinden biri olup, Avrupa kıtasında biyolojik çeşitlilik açısından dokuzuncu sıradadır. Ülkenin yedi coğrafi bölgesinin her biri ayrı iklim, flora ve fauna özellikleri gösterir ve dünyanın en önemli üç ekolojik bölgesine sahiptir. Türkiye 120 memeli, 400’ü aşkın kuş türü, 130 kadar sürüngen, 400’e varan balık türü ile biyolojik çeşitlilikte tür çeşitliliği açısından çok zengindir”⁴⁶⁸. Dünyada sadece belli bir bölgede yetişen veya anavatanı belli bir bölge olan (endemik) bitkiler açısından ülkemiz Avrupa’dan üstün olmanın da ötesinde dünyanın birkaç bölgesinden biridir⁴⁶⁹.

⁴⁶⁷ Doğa Derneği, Giresun Adası Ekoturizm Gelişim Projesi”, <http://www.dogaderneği.org/giresun-adasi-ekoturizm-gelisim-projesi.aspx> . (28.03.2011).

⁴⁶⁸ Filiz Demirayak, “Biyolojik Çeşitlilik-Doğa Koruma ve Sürdürülebilir Kalkınma”, **TUBİTAK Vizyon 2023 Projesi, Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Paneli**, Aralık 2002, s. 5.

⁴⁶⁹ Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Botanik Turizmi”, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-19408/botanik-turizmi.html> (28.03.2011).

Türkiye bulunduğu coğrafyadan dolayı Avrupa, Afrika ve Asya kıtaları arasında geçiş özelliği gösteren ve üç önemli coğrafi bölgenin niteliklerini bir arada bulunduran bir ülkedir. “Bu özellikler Türkiye’nin sukkulent türler, orman ağaçları, alpin ve subalpin türleri ve otsu türler yönünden önemli bir biyolojik çeşitlilik merkezi olmasını sağlamış ve son 15-20 yıldır farkına varılan alternatif turizm kaynaklarından biri olmuştur”⁴⁷⁰.

Yılmaz ve Karahan, ekoturizm ve flora turizmi denince ilk akla gelecek yörelerden birisi olan Erzurum ve Palandöken Dağları’nda flora turizmi potansiyelini inceleyerek, subalpin ve alpin bitkileriyle, Erzurum’un kış turizminin yanı sıra ekoturizm perspektifiyle dört mevsim turizmi destekleyeceğini belirtmektedirler⁴⁷¹.

Turizmde doğal ve kültürel çevrenin korunması ve geliştirilmesi turistik çekiciliği büyük ölçüde arttırmaktadır. Doğal ve kültürel çevreyi sürdürülebilir şekilde korumayı başaran ülkeler önemli bir turizm potansiyeli yaratmaktadır “Ülkemizde de ekoturizm faaliyetleri dünyanın diğer ülkelerinde de olduğu gibi ‘korunan alanlar’da gelişme göstermektedir. Ülkemizde milli parklar, tabiat parkları, tabiatı koruma alanları ve tabiat anıtları olmak üzere toplam olarak 143 adet korunan alan mevcuttur”⁴⁷². Tablo 33 ülkemizdeki korunan alanları göstermektedir.

Tablo 33: Türkiye’deki Korunan Alanlar (2010 Yılı)

	Sayı (Adet)	Alan (ha)
Milli Parklar	33	686.631
Tabiat Parkları	16	69.002
Tabiatı Koruma Alanları	35	83.729
Tabiat Anıtları	59	462
Toplam Korunan Alan	143	839.824

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

⁴⁷⁰ Neslihan Demircan ve diğerleri, “Ekoturizm ve Botanik Turizmi: Türkiye’nin Sukkulent Bitki Çeşitliliğinin Turizm Potansiyeli”, **GAP V. Mühendislik Kongresi Bildiriler Kitabı**, Şanlıurfa, 26-28 Nisan 2006, s.6.

⁴⁷¹ Hasan Yılmaz ve Faris Karahan, “Eko-turizm Yaklaşımlarında Flora Turizmi ve Palandöken Dağları’nın Potansiyeli”, <http://ekoturist.com/ekoturizm-makaleler-bilgi/64-ekoturizm-yaklaar-flora-turizmi-paland-da-potansiyeli.html> , (30.01.2010).

⁴⁷² Öykü Selimoğlu, “Dünya’da ve Türkiye’de Ekoturizm”, **İstanbul Ticaret Odası**, Nisan 2004, s.10.

Koruma altına alınmış doğal alanlar incelendiğinde, bu oranın ülkemizde %1-3 oranında olduğunu görülmektedir. Turizm konusunda rakiplerimiz olan diğer Akdeniz ülkelerinde ise örneğin, İtalya ve İspanya’da bu oranın %7,5-10, Fransa’da ise %10-20 arasında olduğu görülmektedir⁴⁷³. Tüketilmeme özelliğine sahip vahşi yaşam kaynaklarının turizm açısından yeniden değerlendirilmesinin çok önemli bir ekonomik potansiyel olduğu ve bu tür turizmin eğer iyi bir biçimde yönetilirse uzun dönemde vahşi yaşam koşullarını korumada iyi sonuçlar vereceği görülmektedir. “Manyas Kuş Cenneti” ekoturizminin yaratacağı ekonomik kazançlar bu rasyoneli ortaya koyabilecek bir örnek olarak değerlendirilmektedir⁴⁷⁴.

Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye’nin ekoturizm potansiyeli olan çeşitli yörelerinde projeler yürütmektedir. Bunlardan bazıları şunlardır:

Kazdağı Milli Parkı: Ankara’da imzalanan “Çevre Konusunda İşbirliği Antlaşması” çerçevesinde planlanan projenin amacı; Kazdağı Milli Parkı’nın ekoturizm destinasyonu olarak geliştirilmesidir. Proje hedefleri arasında, yürüyüş rotaları üzerinde altyapı desteği sağlamak, yöre halkını ekoturizm hakkında bilinçlendirmek, dağ ve doğa rehberleri yetiştirmek ve diğer turizm türleriyle (yayla turizmi, ornitoloji, foto safari gibi) entegrasyonunu sağlamaktır. Bu doğrultuda; Balıkesir-Kaz Dağı, Bursa-Uludağ, Antalya-Dedegöl Dağları, Konya-Geyik Dağı, Kastamonu-Ilgaz Dağı, Bolu-Abant Dağları’nın rotalarının belirlenmesi ve harita üzerine tarihi ve doğal güzellikleri de işlenerek hazırlanması planlanmaktadır⁴⁷⁵.

Muğla Dalaman Turizm Kenti Projesi: 06.01.2005 tarih ve 25692 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren proje bölgenin doğal kaynaklarının sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde değerlendirilerek turizm amaçlı kullanımına açılabilmesi amacıyla “Dalaman Turizm Kenti Projesi” yürütülmektedir. Proje

⁴⁷³ Öykü Selimoğlu, s.11.

⁴⁷⁴ Funda Rana Özbey, “Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Turizm Kalkınması”, **Globalization and Sustainable Development, International Scientific Conference**, Book:4, pp.135-150,Varna 1-3, 07/2002.

⁴⁷⁵ Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Alternatif Turizm Projeleri”, <http://balikesir.kultur.gov.tr/belge/1-66455/alternatif-turizm-projeleri.html> (28.03.2011).

kapsamında çiftlik evleri, eko-parklar, orman kaynaklarının korunması ve ekoturizm amaçlı kullanılması hedeflenmektedir⁴⁷⁶.

Türkiye’de önemli bir potansiyele sahip ekoturizmin mevcut sorunları ve geliştirilmesi için alınması gereken önlemler aşağıda özetlenmektedir:

- Ekoturizm altında gerçekleştirilen etkinliklerin birçoğunun ekoturizm olarak değerlendirilmesi tartışmalıdır. Bu nedenle öncelikle ekoturizmin tanımı yapılmalıdır ve ekoturizmin temel ilkelerine bu tanıtımda yer verilmelidir,
- Ulusal turizm stratejileri içinde ekoturizm stratejisi bulunmamaktadır. İlgili kurumların da görüşü alınarak ulusal turizm stratejisinde ekoturizmin hak ettiği yeri alması sağlanmalı ve ulusal ekoturizm birliği oluşturulmalıdır⁴⁷⁷
- Ekoturizm açısından önemli bir potansiyele sahip alanların envanteri çıkarılmalıdır,
- Ekoturizme yönelik bilgi ve bilinç yetersizliği bulunmaktadır. Ekoturizm konusunda yerel toplumların katılımlarının sağlanması için kamuoyu bilgilendirilmeli ve teşvik edilmelidir⁴⁷⁸,
- Ekoturizm alanlarından (ormanlık alanlar, milli parklar, doğal sit alanları gibi) sorumlu olan kurumlar arasında koordinasyon sağlanmalıdır⁴⁷⁹,
- Turizmin yerel halkın ihtiyaçlarını karşılayan, yerel yönetim ve halkla işbirliği içinde gelişen sorumlu bir ticaret alanı olarak özendirilmesi sağlanmalıdır⁴⁸⁰.

⁴⁷⁶ Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Muğla Dalaman Turizm Kenti”, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-39236/mugla---dalaman-turizm-kenti.html> (28.03.2011).

⁴⁷⁷ TODEG, “Ekoturizmde Strateji, Yasal Çerçeve ve Ekoturizm Politikası Nasıl Olmalıdır?” **Orman Ekosistemlerinde Ekoturizm Çalıştayı ve 10. Yılında TODEG**, Türkiye Ormancılar Derneği Diğer Yayınlar Serisi No:10, Ankara 2010, ss.7-8..

⁴⁷⁸ Tuba Orhan ve Faris Karahan, “Uzundere İlçesi ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, **Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, 11(1), Artvin 2010, s.39.

⁴⁷⁹ Yunus Arslan, “Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi”, **Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, 31, s.36.

- Ekoturizmin çevre üzerindeki olumsuz etkileri az da olsa görülmeye başlanmıştır. Kırsal alanda enerji, su ve diğer kaynakların tüketimi oranı artmaktadır. Kirlilik ve atık madde sorunları için kaynakların etkin yönetimi ve alt yapı sorunlarının giderilmesi gerekmektedir⁴⁸¹.
- Ekoturizmle ilgili uyulması gereken kurallar belirlenmelidir,
- Tur rehberleri botanik, bitkiler ve çevre konusunda yeterince uzmanlaşmış değildir. Bu nedenle ekoturizm faaliyetlerini yürütecek tur rehberlerinin eğitilerek alanlarında uzmanlaşmaları sağlanmalıdır.
- Ekoturizm pasif turizm şeklinde olduğunda, turistler çok az para harcamakta, elde edilen gelir uluslararası turizm, ulaşım şirketleri ve tur operatörlerinde kalmaktadır. Dolayısıyla yerel halkın kalkınma olasılığı ekoturizmle sınırlıdır. Bu nedenle bölgede gerçekleştirilecek herhangi bir ekoturizm faaliyeti için, bölgenin taşıma kapasitesi belirlenmelidir⁴⁸².

3.6.2. Kırsal Turizm

Geniş anlamıyla “kırsal alanda yapılan turizm” olarak tanımlanan kırsal turizmin ülkemizdeki kullanımı, AB ülkelerinde olduğu gibi farklılıklar göstermektedir. Genellikle kırsal turizm ile eko turizm veya tarımsal turizm arasında kesin bir sınırın çizilemediği görülmektedir. Bu durum genellikle kırsal turizmin ekoturizm ve tarımsal turizmden daha geniş kapsamlı olmasından kaynaklanmaktadır.

Kırsal turizm gerek bir ülkeden diğer bir ülkenin kırsal alanlarına ve gerekse ülke içinde bir kimsenin kırsal alanlara, o yörenin yaşam tarzını ve kültürünü

⁴⁸⁰ Nazan Kuter ve H. Emre Ünal, “Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-kültürel Etkileri”, **Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi**, No 9 (2), Kastamonu 2009, s. 150.

⁴⁸¹ Mustafa Fehmi Türker ve İnci Zeynep Aydın, “Ekoturizmin Orman Köyleri Kalkınmaları Üzerindeki Sosyo-Ekonomik Etkilerinin Ölçümü (Camili Biyosfer Alanı Örneği)”, **III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi**, Cilt I., 20-22 Mayıs 2010, s.128.

⁴⁸² Elif Akpınar ve Yahya Bulut, “Ülkemizde Alternatif Turizm Dahı Olan Ekoturizmin Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları”, **III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi**, Cilt IV, 20-22 Mayıs 2010, s.1590.

deneyimlemek amacıyla yaptığı seyahatlerdir. Bu seyahatler kırlarda gezinti, tırmanma, bisiklete binme, müzeleri ziyaret etme, köy pazarında, kahve, lokanta ve dükkanlarında alış veriş yapma gibi etkinlikleri de içermektedir. Yerel toplumla turistler arasında etkileşim sağlanmakta ve yöre halkı ekonomik ve sosyal olarak kırsal turizmden yararlanmaktadır. Kırsal turizmin Türkiye’de yöre kalkınmasına sağlayacağı faydalar şunlardır:

- Kırsal turizmle yöre halkına ek gelir sağlanabilir, özellikle dağlık yöreler, kentlere uzak gelişmemiş bölgelerde turizmde yeni iş olanakları yaratarak, kırsaldan kente göçü de azaltabilir.
- Kırsal alanlara gelen turistler köy pazarında, dükkan, kahve ve lokantalarda para harcayarak kırsal ekonomi esnafına da katkı sağlayacaktır.
- Kırsal alanlarda yaşayanlarla ziyaret edenler arasındaki etkileşim sonucunda yöre halkı yeni şeyler öğrenerek sosyal olarak gelişeceği gibi, turistler açısından da farklı yaşam tarzlarını ve kültürleri görme ve deneyimleme olanağı yaratacaktır.
- Kırsal turizmde turistler açısından otantik mimari yapı önemli olduğundan, yeni binaların yapılması yerine eski yapıların restore edilerek kullanılması suretiyle, otantik mimari doku korunduğu gibi kaynak israfı da önlenmiş olacaktır. Köylerdeki yapılar geçmiş dönemdeki hallerine dönüştürülerek turistlere geçmişe dönme olanağı sunulabilmektedir.
- Kırsal turizmin gelişmesi ile kırsal yöredeki kadınların aile içerisindeki rollerinin değişmesi ve kadının çalışma yaşamına daha aktif olarak katılması kolay ve hızlı olabilecektir⁴⁸³.
- Kırsal turizmin yaygınlaşması ile kırsal alanlara götürülecek altyapı, sağlık ve eğitim gibi hizmetlerin kalite ve sayısında önemli miktarlarda artışlar görülebilecektir⁴⁸⁴.

⁴⁸³ Coşkun Şerefoğlu, “Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü 2007-2013 Yılları Arasında Ülkemizde Uygulanacak Olan IPARD Kırsal Kalkınma Programındaki Yeri, Önemi ve Beklenen Gelişmeler”, **Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı**, Ankara 2009, s.14.

- Kırsal turizm faaliyetinde yer alan turistler çevreye daha duyarlı oldukları için turizme açılan alanlardaki doğal değerler daha sıkı bir şekilde korunacaktır⁴⁸⁵. Kırsal alanlarda yer alan müzeler, anıtlar, yörenin doğal güzellikleri de hem korunarak geliştirilecek hem de dünyaya tanıtımı sağlanacaktır.
- Kırsal alanlarda turizmin doğaya dayalı olması, büyük kentlerde daha önceden kazanılmış gelirlerin talebe bağlı olarak bu yörelerde harcanması sonucunda kent ile kır arasındaki gelişmişlik düzeyi arasındaki farklılık biraz daha azalmış olacaktır⁴⁸⁶.

Kırsal turizm ülkemizde yaygın olan kıyı turizminden farklı olarak her mevsim yapılan bir turizm türüdür. Turizmi tüm mevsimlere yaydığı gibi, belli bölgelerle sınırlı kalmasına engel olarak ülkenin her bölgesinde yapılmasını sağlaması da diğer bir üstün yanını oluşturmaktadır. “Kırsal turizm birçok turizm türüne entegre olabilmektedir. Örneğin, Kapadokya’da mevcut kültür turizmine ilaveten kırsal turizmin devreye sokulmasıyla, ikisinin birbirini tamamlaması sağlanabilir ve yöredeki kalış süresi azlığına bir çözüm getirilebilir. Kapadokya’ya gelenlerin köylerde ve gerçek köy evlerinde konuk edilmesiyle, yerel kültür içine çekilmeleri de gerçekleşmiş olur”⁴⁸⁷.

Kırsal turizm, kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ulusal Kalkınma Stratejisinde kırsal turizme talebin arttığı vurgulanmakta ve kırsal turizmin geliştirilebilmesi için potansiyeli bulunan yörelere öncelik verileceği belirtilmektedir. Mimari ve kültürel açıdan önem taşıyan kırsal yerleşimlerin görünümünün ve fiziki koşullarının iyileştirilmesi ve turizm amaçlı kullanımlara açılması öngörülmektedir. Ancak kırsal turizmin gelişiminde bazı kısıt koşullar da bulunmaktadır. Kırsal turizmin gelişmesi için çok sayıda küçük ölçekli

⁴⁸⁴ Şerefoğlu, s.14.

⁴⁸⁵ Kemal Esengün ve Hasan Akça, “Dağlık ve Ormanlık Alanlarda Kırsal Turizm Faaliyeti ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma”, <http://www.orkoop.org.tr/uploads/files/12.doc>, (26.03.2011). s.4.

⁴⁸⁶ Çeken, Hüseyin Çeken, Levent Karadağ ve Taner Dalgın “Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Kalkınma ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma”, **Artvin Çoruh Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi**, 8 (1) Artvin 2007, s.10.

⁴⁸⁷ Füsün Soykan, “Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi”, **Ege Coğrafya Dergisi**, No: 12, İzmir 2003, s.4.

tesise, altyapı ve ulaşım olanaklarının iyileştirilmesine ihtiyaç bulunması, önemli ölçüde finansal kaynak ve devlet desteği gerektirmektedir. Ayrıca, tarım sektörü dışında deneyimi olmayan kırsal nüfusun turizm sektörüne kaydırılabilmesi ve turizmde beceri kazanabilmeleri için eğitime gereksinimleri bulunmaktadır. Girişimcilik ruhunun geliştirilmesi ve kırsal turizm konusunda yerel toplumların bilinçlendirilmesi de gerekmektedir.

Türkiye’de kırsal turizm alanında önemli adımlar da atılmıştır. Kırsal Kalkınma Planı (2010-2013)’na destek olan kuruluşların harcamalarına 2013 yılına kadar 27 milyar TL tahsis edilmiştir. AB hedefleri doğrultusunda gerçekleştirilen ve Türkiye’nin ilk Kırsal Kalkınma Planı olan bu planla, şimdiye kadar birbirinden ayrı ve bağımsız olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin, bundan sonra bir koordinasyon içinde gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir. Planda kırsal alanda yaşayan insanların yaşamlarını kolaylaştıracak önlem ve faaliyetlerin yanı sıra ekonomik kalkınmayı, refah düzeyinin artmasını ve kırsal alanda yaşayanların daha fazla gelir elde etmelerini sağlayacak önlemlere de yer verilmektedir.

Kırsal turizm alanında şimdiye kadar çeşitli kurum ve kuruluşlarca hayata geçirilmiş projeler de bulunmaktadır. Bu projelerden bazıları şunlardır: Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma (IPARD) hibeleri kapsamında nüfusu 20.000 den fazla olan belirli illere Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı’nın Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu aracılığıyla sürdürülen “Kırsal Ekonomik Faaliyetlerin Çeşitlendirilmesi ve Geliştirilmesi” projesi çerçevesinde finansal kaynak verilmektedir. Bu destek kapsamında finansal destek sağlanan proje konuları arasında kırsal turizm de bulunmaktadır. Diğer bir örnek de Kırsal Turizm Derneği tarafından yürütülen, proje ortakları Bulgaristan, İtalya, Türkiye ve Romanya’nın kırsal turizm alanında girişimciliğin desteklenmesi için bilgi ve uygulamaların paylaşılmasını içeren AB projesidir⁴⁸⁸.

⁴⁸⁸ Kırsal Turizm Derneği, “Kırsal Turizm Projesi”, <http://www.kirsalturizm.com/default2.asp?id=36>. (27.03.2011).

3.6.3. Tarımsal Turizm

Daha geniş bir çerçevede ele alınan kırsal turizmin bir alt kolu olan tarımsal turizm, Türkiye'nin yeni tanıştığı bir turizm türüdür. AB'nin kırsal kalkınmada bir çözüm yolu olarak geliştirdiği tarımsal turizm ile bir yandan tarımsal faaliyetin sürdürülmesi sonucu tarım alanları korunmakta, öte yandan da tarım işletmeleri ekonomik faaliyetin çeşitlenmesi sonucu ek gelir olanaklarına kavuşarak refah düzeyini yükseltmektedir. Ayrıca turizmde tüketici eğilimleri de her geçen gün değişmekte, turistler geleneksel turizm türleri yerine, yeni arayışlara girmekte, doğayla iç içe olan yeni tatil, eğlence ve dinlenme şekillerine yönelmektedir. Bu olgular Türkiye'de de tarımsal turizmin kırsal alanların kalkınmasında bir politika olarak benimsenmesine yol açmaktadır.

TÜİK'in verilerine göre 2009 yılında 900 milyona yakın olan dünya turist sayısından Türkiye'nin payına düşen sadece 26 milyon turisttir. Bu sayının artırılması turizmin çeşitlendirilmesine ve mevsimsel olma özelliğinin ortadan kaldırılarak, turizmin tüm yıla yayılmasına bağlıdır. Böylece turizm mevsimsel olma özelliğinden çıkarılarak turizm gelirleri daha yüksek katma değer sağlayacak şekilde artırılabilir.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda kırsal alanda yaşayan insanların gelirini artırmak ve işsizliği azaltmak için yöresel ve bölgesel iş imkanları arasında turizm de önerilmekte, kırsal insanın gelir ve yaşam güvencesi için modern tarım, kırsal turizm ve tarım ürünlerini işleme ve değerlendirme ile istihdam olanaklarının artırılması öngörülmektedir.

AB ile bütünleşme sürecindeki Türkiye, Turizm sektörüne yönelik AB mevzuatına uyum sağlayarak sürdürülebilir kırsal kalkınma ilkesi doğrultusunda turizm politikalarını belirlemeye çalışmaktadır. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda AB'nde turizm için en önemli mali desteği yapısal fonların ve Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu'nun sağladığı belirtilmekte ve bu fonların özellikle kırsal alanlarda, kırsal çevrenin korunmasına, yerel kültürel geleneklerin ve becerilerin

sürdürülmesine yönelik olarak köylerin yenilenmesine, kırsal turizmin gelişmesine daha geniş katkıda bulunduğu vurgulanmaktadır. Özellikle, “tarım sektöründe istihdamın azalmasının kırsal alanlar için alternatif gelir kaynakları bulma çabalarına yol açtığı, bir alternatif olarak çiftçilerin, turizm sektörüne girerek faaliyetlerini çeşitlendirmeleri için, yapısal fonlardan destek sağlanarak tarımsal turizm konularının teşvik edilmeye başlandığı belirtilmektedir”⁴⁸⁹. Planda, Türkiye’de de kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasında turizmin katkısı kabul edilerek, AB hedefleri doğrultusunda turizmin çeşitlendirilmesi önerilmektedir.

Türkiye’de kırsal alanlarda tarımsal turizmin geliştirilmesine kapsamlı olarak ilk kez Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi doğrultusunda geliştirilen Kırsal Kalkınma Planı (2010-2013)’nda yer verilmektedir. Planda ekonominin geliştirilmesi ve iş olanaklarının artırılmasında kırsal ekonominin çeşitlendirilmesine öncelik verilmekte ve bu amaçla gerçekleştirilecek faaliyetler arasında tarımsal turizm altyapısının geliştirilmesi faaliyeti ilk etapta yer almaktadır.

Türkiye geniş tarım alanlarına ve bu alanlarda farklı yöresel ürünlere ve zengin kültürel değerlere sahip olmakla birlikte, kırsal ve tarımsal turizm henüz yaygınlaşmış ve kurumsallaşmış bir turizm türü değildir. Kırsal ve tarımsal alanlardaki tatil ve dinlenmeler daha çok kentlere yakın yerlerde günübirlik şeklinde olup, tarımsal alanda konaklamalı tatil nadiren görülmektedir. Oysa yöre halklarının bilinçlendirilip teşvik edilmesiyle, turizmdeki doğada yaşamaya ve doğal ürünleri tüketmeye duyulan özlem ve bu yönde ortaya çıkan eğilimlerden yararlanarak tarım alanlarında turizm geliştirilebilir ve böylece tarım alanları ve çiftliklerde tarımsal turistlerin beklentileri olan tarımsal üretim ve ürünler hakkında bilgi ve deneyimlerini geliştirerek hoş vakit geçirmeleri ve doğada dinlenmeleri sağlanabilir, öte yandan, çiftçi ve arazide çalışanlar da gelirlerini artırabilirler. Turistlerin çiftlik evinde konaklamaları, yerel yiyecek ve içecekleri tatmaları ya da evlerine götürmek üzere satın almaları, çiftliklerde düzenlenecek eğlence, oyun, el sanatları ve yöreyle ilgili çeşitli etkinliklere katılmaları sağlanarak hem bilgilendirilmeleri hem de eğlenip dinlenmeleri sağlanarak çiftçi gelirleri artırılabilir. “Ayrıca etnografya

⁴⁸⁹ DPT, Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, s. 22.

müzeleri, şarap üretimi tesisleri, halk pazarları ve geleneksel festivaller tarım turizmine katkı sağlayan diğer unsurlardır. Ağaç kiralama etkinlikleri kapsamında ise çiftçilerden ağaç kiralayan turistler sezon başında ödemeyi yapmakta isteğe bağlı olarak hasat ve bakım işlerine katılabilmektedir⁴⁹⁰. Ülkemizin tarım potansiyeli, zengin yöresel kültürel değerleri ve değişen sağlıklı beslenme ve doğal yaşam bilinci dikkate alındığında, tarımsal turizm hem tarım işletmeleri ve ülke ekonomisi hem de tarımsal turistler açısından zengin fırsatlar sunmaktadır.

3.6.3.1. Türkiye Açısından Tarımsal Turizmin Önemi

Türkiye'nin kırsal alanlarla ilgili önemli yapısal sorunları bulunmaktadır. Tarımsal turizm kırsal alanlardaki bu sorunları azaltan bir strateji olarak geliştirilebilir. Türkiye açısından tarımsal turizmin önemi başlıca şu sorunların çözümünde ortaya çıkmaktadır.

Sosyo-Ekonomik Etkiler: Kırsal kesimde en önemli sorunlardan biri işsizliktir. Kırsal kesimde işsizlik %5,5'ten %7,2'ye çıkmıştır. Yine aynı dönemde (2008 yılı) kırsal kesimde 600 bin kişi tarımdan ayrılırken, tarım dışı iş kollarında ilave 700 bin kişi istihdam edilmiştir. TÜİK'in verilerine göre, 2010 yılı itibarıyla kırsal kesimde işsizlik %9,7'ye yükselmektedir. Tarım, kırsal istihdamda başat sektör konumunu muhafaza ederken, tarımdaki çözülme tarım dışı iş kollarında istihdam imkanlarının iyileştirilmesini zorunlu kılmaktadır⁴⁹¹. Bu nedenle, tarımsal turizme bağlı olarak ek tesislerin yapılması, olanakların yenilenmesi ve iyileştirilmesi, restoran, kafe ve dükkanların açılması yeni istihdam olanakları yaratacak ve işsizliğin azalmasına katkı sağlayacaktır.

AB'nde olduğu gibi Türkiye'de de turizmde hizmet verenler (kat hizmetleri, temizlik, yemeklerin hazırlanması ve sunumu) çoğunlukla kadınlar olacağı için kırsal kesimdeki kadın işsizlik oranlarında da azalma beklenmektedir.

⁴⁹⁰ Ayhan Çıkm, Hüseyin Çeken ve Metin Uçar, "Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-turizm ve Ekonomik Sonuçları", **Tarım Ekonomisi Dergisi**, 15(1), 2009, s.5.

⁴⁹¹ DPT, Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, s. 64.

Tarımda çalışanların gelirlerinin yetersiz ve istikrarsız olması da kırsal kesimdeki sorunların büyümesine yol açmaktadır. Tarımsal turizmin gelişmesi hem çiftçilerin ek gelir olanaklarına kavuşmasına yol açacak hem de gelirin artması sonucu tarım sektöründe üretim kapasitesi artacaktır. Tarımsal turizm kaliteli ürünlerin doğrudan tüketiciye satışını sağlayarak gerçek fiyatını bulmasına da katkı sağlayacaktır. Ayrıca tarımsal turizmin gelişmesi yöreye özgü el işleri, halı, kilim, kumaş dokumacılığı v.b. el sanatlarının gelişmesine ve satışına da katkı sağlayacak, bu da gelirlerin artmasına yardımcı olacaktır.

Tarımsal turizmde tarımsal alanlara veya çiftliklere gelen turistlerin konaklama ihtiyacı için çiftçiler evlerinin bir bölümünü ya da kullanmadıkları kısmını kiraya vererek ya da arazilerinde çadırlı kamp alanları kurarak ek gelir sağlamaktadırlar.

Sosyo-Kültürel Etkiler: Türkiye'nin önemli sorunlarında biri de kırsal kesimden kentlere doğru yaşanan iç göçtür. Tarım dışı istihdam olanaklarının yetersiz olması, kırdan kente göçü besleyen ana etmenlerden biridir. Bu bağlamda, tarımsal turizmle iş olanaklarının geliştirilmesi başta kente göç edenlerin en önemli kısmını oluşturan gençler olmak üzere kırsal toplumlara bulundukları yörede istihdam olanağının yaratılması iç göç gibi Türkiye'nin önemli bir sorunun çözümüne de katkı sağlayacaktır. Göçün önlenmesi ile verimli tarımsal alanlar terk edilmemiş ve kentlerde yaşanan gecekondulaşma, yetersiz su, kanalizasyon, elektrik ve sağlık hizmetleri gibi altyapı hizmetlerinin aksaması, çarpık kentleşme, görüntü kirliliği ve güvenlik gibi sorunların ortadan kalkması da sağlanmış olacaktır.

Kırsal kesimde tarımsal turizmin gelişmesi ile ekonomik gelişme ve yöre halkı ile turistler arasındaki etkileşim sonucu yaşam ve davranış farklılıkları azalarak, kent ve kırsal kesim arasındaki ayrımın ortadan kalkması beklenmektedir. Öte yandan tarımsal turizm yörelerin kendine özgü kültürel değerlerinin, el sanatlarının, yemeklerin ve geleneklerin yaşatılmasını da sağlayacağından bölgelerin ve yörelerin kültürel özellikleri de yaşatılmış olacaktır.

Tarımsal turizm alanında çalışacak kişilerin turizm, işletmecilik, pazarlama, organizasyon ve turlar gibi konularda mesleki eğitime de gereksinimleri olacağı için düzenlenecek eğitim programlarıyla kişilerin eğitim düzeyleri gelişeceği gibi, nitelikli işgücünden yararlanılması da kırsal kalkınmayı artıracaktır.

Altyapının Gelişmesine Etkileri: Türkiye’de tarımsal turizmin gelişmesi elektrik, su, iletişim, enerji, kanalizasyon, atıkların yönetimi, katı atıkların geri kazanılması, internet ve ulaşım olanaklarının geliştirilmesi gibi altyapının geliştirilmesine de katkı sağlayacak, bu da yörede yaşayanların yaşam kalitesini olumlu yönde etkileyecektir.

Çiftlik evlerinin, bahçelerin, ahırların, ortak mekanların ve ürün işleme tesislerinin geliştirilmesi, yeniden düzenlenmesi, boyanması ve onarımı ile mevcut binalar yeniden kazanılacak, kırsal alanlardaki mevcut doku bozulmadan yaşam standardı yükselecektir.

Tarımsal turizmin gelişmesi etkileşim içinde bulunan inşaat, eğitim, sağlık hizmetleri, imalat gibi diğer sektörlerin de gelişmesine katkıda bulunacak ve dolaylı olarak kırsal kalkınmaya olan etkisi artacaktır.

Tarımsal turizmin Türkiye’nin kırsal kalkınmasına olumlu etkileri olduğu gibi bazı olumsuz etkileri de olabilir. Örneğin kitle turizminde yapılan hatalar gibi tarımsal turizmde yapılacak plansız gelişmeler tarımsal alanları ve üretim arzını olumsuz etkileyebilecektir. Kırsal alanlarda tarımsal turizm altyapının gelişmesine olumlu katkı sağlayacağı gibi, bu konuda gerekli atılımlar zamanında gerçekleştirilmez ya da yetersiz düzeyde kalırsa kaynak israfı, kirlenme, atıkların kötü yönetilmesi, doğal kaynakların zarar görmesi gibi sorunlara da yol açabilir. Tarımsal turizmden beklenen faydaların sağlanabilmesi için bazı önlemlerin alınması gerekmektedir.

Eşgüdümleme ve İdari Yapılanma:

- Tarımsal turizm yapılan alanlarda doğal kaynakların zarar görmesi söz konusu olabilir Bu nedenle önceden gerekli önlemlerin alınması, turizmin planlı bir faaliyet olarak yürütülmesi zorunludur. Tarımsal turizm planları bölgeye veya yöreye özgü olmalı, her bölgenin farklılıkları dikkate alınmalıdır.
- Tarımsal turizm faaliyetlerini destekleyecek olan kurumlar, kuruluşlar, STK'lar arasında eşgüdüm ve amaç birliği sağlanmalıdır.
- Ulusal bir tarımsal turizm birliği oluşturulmalıdır.
- Tarımsal turizmle ilgili çiftliklerin STK'ların ve Kalkınma Ajanslarının uygulamalarının envanteri çıkarılmalı ve istatistiklere dahil edilmelidir.
- Kalkınma Ajansları bölgelerinde tarımsal turizm uygulamalarının desteklenmesine öncelik vermelidir.
- Tarımsal alanlar turizme açılmadan önce taşıma kapasitesi araştırılmalıdır.

Eğitim:

- Çiftçiler ve yöre halkı tarımsal turizm etkinliklerine katılma konusunda bilinçlendirilmeli ve isteklendirilmelidir.
- Tarımsal turizm konusunda bilgili ve uzmanlaşmış tur rehberleri yetiştirilmelidir.
- Konaklama işletmeciliği konusunda girişimciler eğitilmelidir.
- Kırsal alanlarda düzenlenecek tarımsal faaliyet için yeterli düzeyde konaklama imkanı bulunmayabilir. Bu nedenle konaklama yerlerinin belirlenerek çiftlik evleri, pansiyonlar, çadırli kamp alanları, gençlik kamp alanları, oyun, eğlence alanları, üretilen ürünleri işleme tesisleri v.b. olanakların yaratılmasında çiftçilere bilgi verilmesi ve desteklenmesi sağlanmalıdır.
- Avrupa Birliği'ndeki iyi uygulamalardan yararlanılmalıdır.
- AB'nin kırsal kalkınma ve tarımsal turizmi destekleyen hibelerinden yararlanma olanakları konusunda çiftçiler bilgilendirilmelidir.

Finansal Destek:

- Konaklama amaçlı kullanılacak binaların restorasyonunda finansal destek sağlanmalıdır.
- Tarımsal turizm uygulamalarını geliştirecek kooperatifler desteklenmelidir.

3.6.3.2. GZFT Analizi

Kırsal alanların mevcut durumu göz önünde bulundurularak, Türkiye’de tarımsal turizmin gelişme potansiyelini değerlendirmek bakımından GZFT (Güçlü yanlar, Zayıf yanlar, Fırsatlar, Tehditler) analizi yapıldığında, Tablo 34. deki bulgulara ulaşılmaktadır. Zayıf yanlar çok gibi görünmekle birlikte, bunlara çözüm yolları geliştirildiğinde ve fırsatlar göz önünde bulundurulduğunda, tarımsal turizmin gelişmesi ile hem verimli tarım alanları ve kırsal çevre korunmuş olacak hem de kırsal kesimde sürdürülebilir ekonomik büyüme sağlanmış olacaktır.

Tablo 34: Kırsal Alanlarda Tarımsal Turizm GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Geniş tarım alanlarının ve sulama olanaklarının bulunması, • Zengin tarımsal üretim potansiyeli (bitkisel üretim, hayvancılık, balıkçılık ve orman ürünleri), • Dağ, göl, akarsu ve şelale gibi zengin peyzaj özellikleri ve bozulmamış doğal çevre, • Flora ve fauna zenginliği, • Tarımsal ürün çeşitliliği, yöresel yemekler, yöresel gıdalar, kültürel zenginlik ve ev yapımı mamullerin çeşitliliği, • Kırsal işgücü potansiyeli, • Nüfusu kırdan tutma ve kırsal kalkınmaya etkisi, • Misafirperver, hoşgörülü yerel insan kaynağı, • Yol, su, elektrik ve iletişim gibi altyapının önemli ölçüde	• Kırsal alanda gelirin büyük ölçüde tarımdan sağlanması ve tarım sektöründeki gizli işsizlik, • Üretimin doğa koşullarına bağlı olması ve verim düşüklüğü, • Tarımdan sağlanan gelirin yetersiz olması ve buna bağlı olarak yoksulluğun bulunması, • Tarımsal ürünlerin dağıtım yapısında üreticinin az, aracılardan ise çok kazanması, • Tarım işletmelerinin küçük ve parçalı olması, • Konaklama olanaklarının yetersiz olması, • Çiftçilerin finansal kaynak yetersizliği, • Geleneksel ürünlerin ve el sanatlarının tanıtım eksikliği, • Pazarlama ve satış, araştırma ve tanıtım konularında destek

tamamlanmış olması, • Geleneksel el sanatlarının çeşitliliği, • Organik tarımın geliştirilme potansiyeli, • İklimin dört mevsim turizme olanak vermesi, • Bölgeler arası gelişmişlik farkının azaltılması,	verecek kooperatifleşmenin olmaması, • Okullaşma oranının ve genel eğitim düzeyinin düşük olması, • Çiftçilerin turizm hizmetleri konusunda bilgilerinin yetersiz olması, turizmde çalışacak kalifiye eleman eksikliği, • Kırsal toplumun tarımsal turizm konusundaki bilgi ve bilinç eksikliği, • Yabancı turistlere karşı yabancı dil bilgisinin eksikliği, • Tarımsal turizm tur organizasyonlarının eksikliği, • Tarımsal turizmde uzmanlaşmış tur rehberlerinin bulunmaması, • Kırsal altyapı yetersizlikleri ve mevcut altyapının modernizasyon ihtiyacı, • Sağlık, ulaşım, sosyal güvenlik gibi hizmetlerin iyileştirilmesi zorunluluğu, • Tarımsal turizm alanında sorumlu olan kamu kuruluşları arasında koordinasyon eksikliği, • Kırsal alanların ekonomik ve sosyal yapılarına ilişkin verilerin yetersizliği, • Ulusal tarımsal turizm birliğinin olmaması,
Fırsatlar	Tehditler
• AB'ne tam üyelik ve AB'ne uyum, • AB ve Türkiye'de kırsal alanlarda tarım dışı sektörlerin gelişme eğilimi, • AB fonlarına ve diğer uluslar arası fonlara erişebilme olanağı, • BKA'ların ve STK'ların proje geliştirmedeki teşvikleri ve deneyimleri, • Turizmde eğilimlerin değişmesi, doğada, açık havada dinlenme, toprakla	• Makro ekonomik istikrarsızlık, • Tarımsal destekleme politikalarının değişme eğilimi ve ürün fiyatlarının düşmesi, ürünlerin değerinin altında satılması, • Dünya tarımsal ürün ticaretinin serbestleştirilmesi ve küreselleşme, • AB politikaları çerçevesinde tarım sektörünün küçülecek

uğraşma, çiftlik hayvanlarıyla ilgilenme isteğinin artması, • Tarımsal üretim, ev mamullerinin yapımı ve hayvancılık konularında bilgilenme ve deneyimleme isteği, • Tüketici bilincinin gelişmesi, sağlıklı, organik ve taze ürünlere talebin artması, • Yabancı turist potansiyelinin artması, • Üretim, iletişim ve bilişim teknolojilerinin giderek gelişmesi,	olması ve tarımda işsizliğin daha da artmasının beklenmesi, • Ağırlıklı olarak gençlerin oluşturduğu kırsal alanlardan kentlere doğru olan göç, • Genç ve nitelikli işgücünün kaybı ve bunun sonucunda kırsal alanlarda nüfusun yaşlanması, • Hızlı kentleşme, sanayileşme ve kitle turizmi sonucu doğal çevrenin bozuluyor olması, • Bölgeler arasında gelir dağılımındaki dengesizliğin artması, • Planlama yapılmadan tarımsal turizm faaliyetlerinin yapılması durumunda turizmin tarıma ve çevreye zarar verecek olması,
--	--

3.6.3.3. Organik Tarım ve Tarımsal Turizm

Organik tarım; insan, bitki ve hayvan sağlığını korumak amacıyla, üretimde kimyasal madde kullanmayarak uzun dönemde toprak, hava ve su kaynaklarını bozmadan hastalık ve zararlıları kontrol altına alarak ve doğadaki canlıların devamını sağlayarak tarladan sofraya kadar üretimin her aşamasının kontrollü ve sertifikalı yapıldığı üretim biçimi olarak tanımlanmaktadır.

Daha geniş bir ifadeyle, “ekolojik sistemde hatalı uygulamalar sonucu kaybolan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik, insana ve çevreye dost üretim sistemlerini içeren, esas olarak sentetik kimyasal tarım ilaçları, hormonlar ve sentetik minerel gübrelerin kullanımını yasaklayan ve bunların yerine organik ve yeşil gübreleme, münavebe, toprağın muhafazası, bitkinin direncini artırma, doğal

düşmanlardan yararlanma gibi birçok çevre dostu tekniği tavsiye eden, bütün bu olanakların kapalı bir sistemde oluşturulmasını öneren, üretimde sadece miktar artışının değil aynı zamanda ürün kalitesinin de yükselmesini amaçlayan her aşaması kontrollü, kayıtlı ve sertifikalı bir üretim şeklidir”⁴⁹².

Hatalı tarım uygulamaları, kimyasallar, ilaçlar, sentetik gübre v.b. uygulamaların çevreye, insan ve hayvan sağlığına zarar vermesi ve toprak, su ve hava gibi kaynakların geri dönülemeyecek şekilde bundan zarar görmesi sonucu organik tarım gündeme gelmeye başlamıştır. Türkiye’de ise organik tarımın gündeme gelmesi 1980’li yılların ortalarında AB’den gelen organik ürün talebine bağlı olarak gelişme göstermeye başlamış ve son yıllarda doğal ve sağlıklı beslenme konusunda tüketicinin gelişen bilincine ve dış pazarların artan talebi nedeniyle gelişme göstermeye başlamıştır. Tablo 35 Türkiye’deki organik tarımsal üretimin yıllar itibariyle gelişimini göstermektedir. Ürün ve çiftçi sayısının, üretim miktarı ve üretim alanlarının 2002-2010 yılları arasında arttığı ve özellikle 2009 yılında ürün sayısında bir miktar azalma olmakla birlikte, üretim miktarının dörtten fazla; çiftçi sayısının üçten fazla katlandığı ve toplam üretim alanının ise beş kattan fazla arttığı görülmektedir.

Tablo 35: Türkiye’de Organik Tarımsal Üretim

Yıllar	Ürün sayısı	Çiftçi sayısı	Yetiştiricilik yapılan alan (ha)	Doğal toplama alanı (ha)	Toplam üretim alanı (ha)	Üretim miktarı (ton)
2002	150	12.428	57.365	32.462	89.827	310.125
2003	179	14.798	73.368	40.253	113.621	323.981
2004	174	12.806	108.598	100.975	209.573	378.803
2005	205	14.401	93.134	110.677	203.811	421.934
2006	203	14.256	100.275	92.514	192.789	458.095
2007	201	16.276	124.263	50.020	174.283	568.128
2008	247	14.926	109.387	57.496	166.883	530.225
2009	212	35.565	325.831	175.810	501.641	983.715
2010	216	42.097	383.782	126.251	510.033	1.343.737

Kaynak: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı,

http://www.tarim.gov.tr/uretim/Organik_Tarim.Organik_Tarim_Statistikleri.html . (29.03.2011).

⁴⁹² Seçil Adalet Gök, “Genişleyen Avrupa Birliği Pazarında Türkiye’nin Organik Tarım Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi”, **Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı**, AB Uzmanlık tezi, Ankara 2008, s.4.

Organik ürün ihracatı incelendiğinde ise, 1998-2003 yılına kadar düzenli olarak arttığı, sonraki yıllarda ise azalarak dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Özellikle 2009 yılında üretim miktarı iki kat artarken ihracatın bir önceki yıla göre azalma göstermesi iç talebin arttığını düşündürmektedir (Tablo 36).

Tablo 36: Yıllara Göre Organik Ürün İhracatı

Yıl	Miktar (Kg)	Tutar (dolar)
1998	8.616.687	19.370.599
1999	12.049.949	24.563.892
2000	13.128.934	22.756.297
2001	17.556.280	27.242.407
2002	19.182.859	30.877.140
2003	21.083.351	36.932.995
2004	16.093.189	33.076.319
2005	9.319.328	26.230.259
2006	10.374.493	28.236.617
2007	9.346.677	29.359.321
2008	8.628.790	27.260.473
2009	7.565.604	27.504.928

Kaynak: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı.

Birçok AB ülkesinde organik tarım ile tarımsal turizm uygulamalarının birlikte geliştiği ve birbirini desteklediği görülmektedir. Örneğin, İtalya'nın Piemonte, Alto Adige, Liguria, Tuscany, Umbria, Lazio bölgelerinde ve Calabria'da korunan alanlarda organik tarım yapılmakta ve tarımsal turizm geliştirilmektedir. Böylece, korunan alanların sürdürülebilir yönetimi de sağlanmaktadır⁴⁹³. Sağlıklı ve doğal ürünlere talebin artması sonucu gelişme gösteren organik tarımdan elde edilecek yararın maksimize edilmesi bakımından tarımsal turizm ile organik tarım arasında ilişki kurulmaktadır. Organik tarım yapan çiftliklerde bu tür ürünleri talep

⁴⁹³ Cristina Grandi ve Alessandro Triantafyllidis, "Organic Agriculture in Protected Areas: The Italian Experience", **Natural Resources Management Environment Department, Food and Agriculture Organization of the United Nations**, Rome, September 2010, ss.1-29.

eden turistler misafir edilmekte ve geleneksel tarım hayatının bir parçası olarak tarımsal üretimin çeşitli aşamalarına doğrudan katılmaktadırlar.

Türkiye’de de Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı AB mevzuatına uyum sağlamak amacıyla organik tarımla ilgili mevzuat çalışmalarını tamamlamıştır. “*Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metodlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik*” 24.12.1994 tarih ve 22145 sayılı Resmi Gazete’de, “*Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik*” 11.07.2002 tarihli ve 24812 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. “Organik ürünlerin üretimi, tüketimi ve denetlenmesine dair kanun tasarısı acil eylem planı içinde yer almış ve 5262 sayılı “*Organik Tarım Kanunu*” 03.12.2004 tarihli ve 25659 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır. Bu kanunun ardından hazırlanan “*Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik*” ile Türkiye’de organik tarım alanında gerekli yasal düzenlemeler tamamlanmıştır⁴⁹⁴.

Mevzuat açısından AB’ne uyum çerçevesinde önemli bir aşama kat edilmiş olmakla birlikte, uygulamada örnekler henüz sınırlıdır. Örneğin, Buğday Derneği’nin 2004 yılında Birleşmiş Milletlerin desteğiyle hayata geçirmiş olduğu Ta Tu Ta Projesi ile Türkiye’nin 34 noktasında bulunan 72 çiftlikte tarımsal turizm yapılmaktadır. Ekolojik tarımla uğraşan 1.400 çiftlikten 150 tanesinin tarımsal turizm için başvurduğu belirtilmektedir⁴⁹⁵. Bu çiftliklerde turistlerin gidip konaklaması, çiftçiliğin nasıl yapıldığını görmesi, hatta misafirlerin bizzat tarımsal faaliyete katılması mümkün olmaktadır. Bu projede tarımsal turistler Isparta’da gül ve kiraz, Ege’de zeytin ve üzüm, Akdeniz’de turuncgiller, Karadeniz’de fındık ve çay, Doğu Anadolu’da dut vb. sebze ve meyvelerin ekimi, biçimi, toplanmasına; duttan pekmez, üzümünden şarap, turuncgillerden reçel yapımına yardım edebilmekte ve bunların nasıl yapıldığını öğrenebilmektedir.

Diğer bir örnek, Gökçeada’da Kamu ve özel sektör işbirliği ile 2002 yılında başlayan organik tarım turizmidir. Organik zeytinyağı üreten 120 sertifikalı üretici

⁴⁹⁴ Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu, “Tarım Sektörü Hakkında Doğru Bilinen Yanlışlar”, <http://www.avrupa.info.tr/Files/File/PressPacks/AgricultureFair/efsane.pdf> . (29.03.2011).

⁴⁹⁵ Ta Tu Ta, “Ekolojik Çiftlik Ziyaretleri”, <http://www.bugday.org/tatuta/index.php> (29.03.2011).

150.000 litre organik zeytinyağı üretmektedir. Ayrıca organik bal, şaraplık ve sofralık organik üzüm yetiştirilmekte ve turizmle birleştirilmeye çalışılmaktadır⁴⁹⁶. Ayrıca, Gökçeada Belediyesi, 25 Haziran 2008 tarihinde imzalamış olduğu anlaşmayla Avrupa Birliği ve Türkiye arasında Sivil Toplum Diyalogunun Geliştirilmesi Şehirler ve Belediyeler Hibe Programı kapsamında “Organik Yaşamı Ada’da Öğrenmek Projesi”ni başlatmıştır⁴⁹⁷. Projenin temel hedefi Gökçeada’da organik tarıma dayalı tarımsal turizmi geliştirmek ve İtalya’nın Sardunya Adası deneyimlerinden yararlanarak tarımsal turizm strateji planını oluşturmaktır. “Fethiye’de de doğal yaşam çiftliklerinde organik tarım ile turizm bir araya getiren, doğayla iç içe tatil imkanı sunan ekolojik tarım turizmi gelişmeye başlamıştır. Pastoral Vadi çiftliğinde hem organik tarım yapılmakta hem de yılın 12 ayı turistler ağırlanmaktadır”⁴⁹⁸.

3.6.3.4. Tarımsal Turizm Uygulamaları

Türkiye tarımsal turizm açısından zengin bir potansiyele sahip olmakla birlikte, tarımsal turizm ile ilgili etkinlikler yakın zamanda gelişmeye başlamıştır. Yörelere tarımsal ürün zenginliklerine bağlı olarak birçok bölgede tarımsal turizm uygulamalarına rastlanmaktadır. Örneğin, Çanakkale-İzmir karayolunun yakınında Küçükkuyu da kurulan Adatepe Zeytinyağı Müzesi bu uygulamalardan biridir. Müzenin kendisi antik bir sabun fabrikasının yeniden restore edilmesiyle oluşturulmuştur ve yerel köylerden toplanan zeytin kültürü ile ilgili çeşitli değerli eserler sergilenmektedir. Zeytin taşlama için büyük granit taş değirmenler, budama için çok sayıda araç, zeytin toplama için taşıma sepetleri ve zeytin depolama kapları müzede görülmektedir. Ayrıca, büyük fırın, el yapımı saf zeytinyağı sabunları, zeytinyağı lambaları ve çeşitli yerel ürünler sergilenmektedir. Ziyaretçiler sızma zeytinyağına batırılmış taze köy ekmeğinin tadına bakabilmekte, saf zeytinyağı sabununun yapımını izleyebilmekte, kafesinde bazı içeceklerin tadını çıkarmakta,

⁴⁹⁶ Figen Ceylan ve Gökhan Kılınç, “Organik tarımın İstihdam Yaratma Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme: Gökçeada Örneği”, **Organik Tarım Kongresi**, Bahçeşehir Üniversitesi, Ekim 2007.

⁴⁹⁷ Avrupa Birliği ve Türkiye Arasında Sivil Toplum Diyalogunun Şehirler ve Belediyeler Hibe Programı, “Organik Yaşamı Adada Öğrenmek Projesi”, CSD-01-60.

⁴⁹⁸ Forum, “Ekolojik Tarım Turizmi”, <http://www.yeniforumuz.biz/showthread.php?2070502-Ekolojik-Tar%C4%B1m-Turizmi> . (29.03.2011).

zeytinyağı ve sabuna ilişkin hediyeelik eşyaları satın alabilmektedir⁴⁹⁹. Diğer bir örnek de Manisa İli Yuntdağı Yöresi Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma Projesi kapsamında geliştirilen sofralık üzüm yetiştiriciliğinin geliştirilmesidir⁵⁰⁰.

Türkiye’de gerçekleştirilen başlıca tarımsal turizm uygulamalardan bazılarının aşağıda yer verilmektedir.

3.6.3.4.1. Kalecik

Ankara’ya bağlı bir ilçe olan Kalecik, konum olarak İç Anadolu Bölgesi’nde Kızılıрмаğın orta kısmında ve Ankara’nın kuzey doğusunda bulunmaktadır. Kalecik ilçesi, batı ve güneydeki dağlık ve engebeli kesimler ile güney-kuzey doğrultusunda Kızılırmak Vadisi’nden oluşmaktadır. Ankara’ya 65 km uzaklıkta olan Kalecik’in yüzölçümü 1.318 km², nüfusu 25.000’dir ve kendisine bağlı 50 köyü bulunmaktadır⁵⁰¹. Ulaşım durumu açısından Ankara-Çankırı-Kastamonu karayolu üzerinde bulunmakta ve aynı zamanda demiryoluyla da ulaşılmaktadır. Kalecik ilçesinin Ankara’ya yakınlığı önemli bir avantaj olarak görülmekte ve büyük kentlerle bağlantısı Ankara üzerinden sağlanmaktadır.

Çok eski bir yerleşim yeri olan Kalecik, başta Romalılardan kalma kalesi olmak üzere cami, türbe köprü, han, hamam, konaklar ve bazı evler v.b. çok sayıda tarihi esere de sahip bulunmaktadır. Tarihi eserleri ve kültürel değerleri ile de turistlerin ilgisini çeken bir yerleşim yeridir.

Kalecik coğrafi olarak dağlık bir bölgede bulunmaktadır. Batısında 1.992 m yükseklikte İdris Dağı ve onun devamında Karabasan Dağı bulunmaktadır. Kuzeyinde Bozkır Dağı (1.117 m) ve güneyinde ise Karagüney Dağı (1.226 m) yer almaktadır. Kalecik 725 m. rakımı ile çevresine göre oldukça çukurda kalmaktadır.

⁴⁹⁹ Travel with a Challenge, “Olive Oil Museum Unveils Turkey’s Agri tourism”, http://www.travelwithachallenge.com/Turkey_Olive.htm . (29.03.2011).

⁵⁰⁰ Yarin, “Manisa İli Yuntdağı Yöresi Sofralık Üzüm Yetiştiriciliğinin Geliştirilmesi”, <http://www.gazeteyarin.com/h465-manisa-ili-yuntdagı-yoresi-surdurulebilir-kirsal-kalkinma-projesi-sofralik-uzum-yetistirciliginin-gelistirilmesi.html> . (29.03.2011).

⁵⁰¹ Kalecik Belediyesi, “Kalecik”, <http://www.kalecikbelediyesi.net/sayfa/1077/index.html> . (27.03.2011).

Üç kilometre güneyinden Kızılırmak geçmekte ve Kalecik Türkiye'nin en uzun nehrinin suladığı ovanın kenarında yer almaktadır.

Kalecik'in iklimi kara iklimidir. Yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve kar yağışlıdır. Ancak yörenin topografyasından kaynaklanan iklim değişiklikleri de bulunmaktadır. Etrafının dağlarla çevrili olması, Kızılırmak ovasında bulunması iklimin daha yumuşak ve nemli olmasına yol açmakta ve bu da tarımsal ürün çeşitliliğini artırmaktadır.

Kalecik ilçesinin peyzaj potansiyelinin değerlendirilmesine ilişkin bir araştırmada, yörenin iklim ve topoğrafya olarak değerlendirildiğinde tarımsal potansiyelinin oldukça yüksek olduğu ve buna bağlı gelişecek üretim ve hizmet sektörleri açısından (rekreasyon ve turizm, tarım, ticaret, ulaşım v.b.) önemli özelliklere sahip olduğu belirlenmiştir⁵⁰². İlçe ekonomisi daha çok tarıma dayanmaktadır. En fazla tarımsal uğraş olarak bağcılık yapılmakta, ayrıca şeker pancarı, buğday, arpa, elma, kayısı, ekmek ayvası, armut ve kiraz yetiştirilmektedir. Tarımsal üretimin yanında hayvancılık ikinci sırada kalmaktadır. Kalecik özellikle üzümleri ile ünlüdür. Bölgenin güneşi tam alması ve geceyle gündüzün ısı farkı üzümlüne dünyanın en lezzetli aromasını vermektedir. Bu nedenle, Kalecik karası üzümler dünya birincisi olarak nitelenmektedir. Üç kez Fransa'da yapılan yarışmada birincilik kazanmıştır⁵⁰³.

Kalecik ilçesinde tarımsal turizme uygun alanların belirlenmesi ve tarımsal turizm modelinin oluşturulması amacıyla Gündüz tarafından yapılan araştırmada, ilçenin topoğrafik ve iklimsel açıdan önemli bir doğal kaynak avantajına sahip olduğu ve tarımsal turizm potansiyeli bulunduğu belirlenmiştir. Araştırmada tarımsal turizm açısından ulaşılan en önemli bulgular şunlardır⁵⁰⁴:

⁵⁰² Ayşe Özdemir, "Ankara-Kalecik İlçesi ve Yakın Çevresi Peyzaj Potansiyelinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi", **Bartın Orman Fakültesi Dergisi**, Cilt:11, Sayı:15, 2009, ss.61-70.

⁵⁰³ Kalecik Belediyesi.

⁵⁰⁴ Gündüz, ss. 130-190.

- Ekonomisi sadece tarıma dayalı olduğundan gelirlerin oldukça düşük olduğu, altyapı yetersizliklerin bulunduğu, çevreyi koruma konusunda yerel toplumun yeterli bilince sahip olmadığı ve bu nedenle de ilçenin sahip olduğu avantajları iyi değerlendiremediği bulunmuştur.
- Yörenin çok yönlü bir kalkınma hareketine ihtiyaç duyduğu ve bu kalkınma hareketinin başlatılmasında tarımsal turizm faaliyetleri önemli bir araç olarak görülmektedir.
- Bahçe bitkileri ve bağcılık alanında geniş bir tarımsal turizm potansiyeline sahip olan ilçenin bu potansiyelini harekete geçirecek aktivitelere yönelmesi ve bunların tanıtılması önerilmektedir.
- Kalecik ilçesinde hasat festivalleri, gıda festivalleri, çiçek festivalleri ve tarım fuarları düzenlenmesi ve Ankaralıların tarımsal ürünler almak, dinlenmek, eğlenmek amacıyla günübirlik ya da konaklamalı geziler için Kalecik’e gelmesini istedikleri bulunmuştur,
- Yörede üretilen ve ev ekonomisine katkı sağlayıcı nitelikte olan gıda ürünlerinin satışı ile hane gelirlerinin arttırılmasında, bahçelerde üretilen ürünlerin kendin topla aktiviteleri ile doğrudan tüketiciye ulaştırılmasında ve pazarlama sıkıntılarının önemli ölçüde giderilmesinde katkılar sağlayacaktır.

3.6.3.4.2. Şirince

Selçuk ilçe merkezine 8 km uzaklıkta bulunan Şirince köyü 10-15 yıldır kırsal ve tarımsal turizmle iç içedir. Köyün toplam yüzölçümü 16.000 dekar olup, köyün yerleşim alanının yüz ölçümü 200 dekardır. İzmir şehir merkezine olan uzaklığı 83 km, İzmir Adnan Menderes Hava Limanına uzaklığı 64 km ve en yakın liman Kuşadası’na olan uzaklığı ise 28 km olup, İzmir Aydın otoyoluna ise 20 km. mesafededir⁵⁰⁵. Denize 15 km mesafede ve deniz seviyesinden 350 m yükseklikte dağlık bir arazi üzerine kurulmuştur.

⁵⁰⁵ Şirince, <http://plajlar.net/sirince.html> . (27.03.2011).

Doğu Roma İmparatorluğu döneminde bir yerleşim alanı olduğu tahmin edilen Şirince köyü, 19. yüzyılda bir Osmanlı yerleşimi olarak vadi yamaçlarında gelişmiştir. Arazi yapısı ile uyumlu kentsel dokuda, doğal çevre ile bütünleşmiş yaklaşık 200 ev günümüze kadar korunabilmiştir⁵⁰⁶ Köyde iki kilise, çok sayıda manastır ve çeşme bulunmaktadır.

Şirince'nin iklimi yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağmurlu, tipik Akdeniz iklimidir. Yöre kuraklığa dayanıklı kızılçam ormanları ile ormanların tahrip edildiği yerlerde Akdeniz bitki örtüsü olan makilerle kaplıdır. Yörenin toplam arazilerinin % 59'unda tarım yapılmaktadır. Bağcılık, şarap üretimi ve zeytincilik temel ekonomik faaliyetleri olup, şeftali, incir, elma ve ceviz gibi meyveler de yetiştirilmektedir. Köyün gelir kaynakları arasında tarımsal ürünlerin yanı sıra son yıllarda turizm önem kazanmaktadır. Hatta turizmin köyün temel ekonomik faaliyeti haline geldiği bile söylenebilir. Genellikle günübirlik turizm yapılmakla birlikte son yıllarda konaklamalı turizm de yapılmaktadır. Yılın her ayında Şirince'ye gelen turistler yörenin yemeklerini yiyip, şaraplarını içmektedirler. Üzümden yapılan şarapların yanı sıra, çeşitli meyvelerden yapılan şaraplar da çok beğenilmektedir.

Şirince köyü sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan turizm faaliyetlerine yönelik olarak yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Şirince'de 1980'li yılların başlarına kadar daha çok meyveciliğe dayanan tarımsal fonksiyonlar hakimdir. O dönemlerde köye gelen yerli ve yabancı turistlere daha çok misafir olarak bakılmaktayken, yavaş yavaş geleneksel ürünlerin turizm amaçlı pazarlanması gözleme yapan kadınlarla başlamıştır⁵⁰⁷. Daha çok günübirlik gelen yerli ve yabancı turistler geleneksel ev mamulü ürünlerin ikram edilmesiyle gün boyu ağırlanmaktadır. Yörede yetişen radika, arapsacı, gelincik, istifno, hardal otu gibi otlardan yapılan salatalar, mantı, saç böreği, kebaplar ve köy ekmeği restoranlarda turistlere sunulmaktadır. Evlerine dönerken Şirince'ye özgü el işleri, hediyelik eşyalar, pekmez, reçel, sirke, pestil, zeytinyağı ve doğal ev sabunları, evde üretilmiş sofralık şaraplar, kavun, çilek, vişne gibi çeşitli meyvelerden üretilmiş şaraplar, likörler, şarap tadım evlerinde turistlere ikram edilmekte ve satın almaları için

⁵⁰⁶ Forum, "İzmir İlçeleri", <http://www.forumgercek.com/showthread.php?t=46618> . (27.03.2011).

⁵⁰⁷ Adnan Semenderoğlu ve Raziye Olan (Çakıcıoğlu), "Şirince'de Kültürel Turizmin Gelişimi", **Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi**, No: 22, 2007, s.176.

sunulmaktadır. Yerli turistler daha çok ilkbaharda ve sonbaharda, hafta sonları veya bayram gibi tatil günlerinde gelmekte, okullar öğrencileri için günübirlik turlar düzenlemektedir. Yabancı turistler ise daha çok çevredeki tarihi yerleri ziyarete gelen turistler olup turlarla gelmektedir. Başlangıçta ağırlıklı olarak günübirlik turizm olarak yapılan turizm faaliyetleri, son yıllarda pansiyonculuğun gelişmesiyle kültür mirası restore edilmiş evlerde konaklamalı olarak yapılmaya başlanmıştır.

İçine tarçın ve karanfil katılarak sadece yöre üzümlerinden üretilen “Vincent” şarabı Şirince’ye özgüdür. Şirince’de yüzyıllardan beri geleneksel yöntemlerle evlerde şarap üretimi yapılmaktadır. Son yıllarda yerli ve yabancı girişimcilerin kurduğu fabrikalarda da üretim yapılmaktadır. Bu nedenle Şirince bir şarapçılık köyü olarak tanınmaya başlamıştır⁵⁰⁸. Meyve şarapları ve likör çeşitleri markalaşarak tüm Türkiye’de tanınmaya başlamakta ve giderek artan bir pazar değerine sahip olmaktadır. Şirince turizmle yaratılan potansiyelden iyi yararlanmakta, köyde üretilen tarımsal ürünlerden elde edilen şarap, likör, zeytinyağı ve diğer mamulleri turistlere sunarak ve satın almalarını sağlayarak tarımla turizmi bütünleştirmektedir.

3.6.3.4.3. Karaburun

Karaburun, Ege Bölgesi’nin batısında Urla yarımadası olarak isimlendirilen bölgenin kuzey-batısında yer almaktadır. İzmir körfezi boyunca güzel koyları bir şerit halinde uzanmaktadır. Doğusunda Urla, güneyinde Çeşme, kuzey-doğusunda ise Foça bulunmaktadır. Karaburun İzmir’den karayoluyla 100 km mesafede, Çeşme’den 46 km uzaklıktadır. Batısında yer alan Yunanistan’ın Sakız Adasına (Xios) ise 15 mil mesafededir.

Karaburun Yarımadası’nda eski çağlardan bu yana yerleşim izlerine rastlamak mümkündür. Kaynaklarda yarımadanın eski adı Mimas olarak geçmektedir. Karaburun Yarımadası’ndaki Çakmaktepe mevkiinde yapılan kazılarda Kalkolitik döneme ait (M.Ö 4.000) kesici araçlar, taş el baltaları ve ilkel çanak

⁵⁰⁸ Semenderoğlu ve Olan, s.178.

çömleklere rastlanmıştır. Bölgede M.Ö 3.000’li yıllardan itibaren Hititler varlık göstermişlerdir. Hititlerin ardından sırası ile bölgeye Yunanlılar, Persler, Romalılar ve Bizanslılar egemen olmuştur⁵⁰⁹. Günümüzde yerleşim yeri olarak önemini yitiren yarımadanın nüfusu oldukça azalmıştır (2.700 kişi). Halen büyük kentlere göç devam etmekte ve sadece yaz aylarında hareketlilik artmaktadır.

Karaburun Akdeniz ikliminin tipik özelliklerini taşımaktadır. Yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlıdır. Buna bağlı olarak bitki örtüsü büyük ölçüde makilerden oluşmaktadır. Orman açısından oldukça fakir olup, 27.000 Hektar kızılçam ormanı bulunmaktadır. Bölgelere göre değişmekle birlikte başlıca bitkileri kocayemiş, akça ağaç, ardıç, sandal, melengiç, meşe, sakız ve ladendir. Kekik, kantaron, adaçayı, karabaş otu, arap saçı, radika gibi şifalı otlar açısından da oldukça zengin bir yapıya sahiptir ve 70’e yakın farklı tür bulunmaktadır. Geçmişte bağlar ve zeytin alanları önemli bir yer tutmakla birlikte, günümüzde giderek ekim yapılan alan miktarı ve ekonomik değeri giderek azalma göstermektedir. Karaburun denince akla gelen en önemli bitkiler, enginar, nergis ve sümbül olup, bu bitkilerin anavatanı olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle kesme çiçekçilik, enginar ve narenciye en önemli ekonomik gelir kaynakları arasında yer almaktadır.

Nergiz ve Sümbül olarak 156,3 dekar araziden 22.000 çiçek elde edilmektedir. Enginar üretimi ise yaklaşık 140 Hektar arazide yapılmakta olup 6.450.000 adet enginar kesilmektedir. Narenciye üretimi limon, mandalina ve portakal olarak yapılmakta, 90 Hektar araziden yaklaşık 1.060 ton ürün alınmaktadır⁵¹⁰. Üretilen ürünler kalitelidir ve hurma zeytin gibi bazı ürün türleri de Karaburun’a özgü olarak bilinmektedir. Üretim tamamen organik olarak yapılmaktadır. Bu nedenle son yıllarda tarımsal turizm çerçevesinde organik üretim ve Karaburun’a özgü olarak kabul edilen enginar, hurma zeytin, karabaş otu, nergis gibi bitkilerin üretimleri desteklenmekte ve hurma zeytin, enginar, karabaş otu gibi bitkilerden ev yapımı ürünler üretilerek markalaştırılmaya çalışılmaktadır.

⁵⁰⁹ Karaburun Belediyesi, “Karaburun”, <http://www.karaburun.bel.tr/kara/default.asp> . (25.03.2011).

⁵¹⁰ Karaburun Belediyesi.

Geçmişte sultaniye, razaki üzüm, en kaliteli şaraplık üzümleriyle ve bunların ihracatıyla bağcılık önemli bir ekonomik gelir kaynağı olmakla birlikte, günümüzde özellikle genç nüfusun Karaburun'dan büyük kentlere göç etmesinden dolayı üretim azalmıştır. Karaburun'un iklimi, güneşi ve toprak yapısı nedeniyle kaliteli olarak üretilen fakat günümüzde üretimi azalan üzüm ve narenciye türleri tarımsal turizm faaliyetleri çerçevesinde canlandırılabilir. Toprak yapısı, bitki çeşitliliği, doğal şifalı otları, iklimi, manzarası, temiz ve bozulmamış çevresiyle önemli bir tarımsal turizm potansiyeli olan yörede, eğitilmiş iş gücü, konaklama olanakları, etkinlikler ve finansman bakımından sorunlar çözülebildiği ölçüde tarımsal turizm gelişecektir. 13 köy ve bir beldeden oluşan Karaburun'da halen altyapı sorunları da bulunmaktadır. "Kaymakamlık, belediye ve ilçe tarım müdürlüğü ilçenin organik tarımla kalkınması için güçlerini birleştirerek köy tüzel kişiliğine ait tarım dışı arazilerin organik tarıma kazandırılması, boş duran okul binalarının üretim tesislerine dönüştürülmesine çalışmaktadır. Organik zeytinyağı üretimi için İzmir İl Özel İdare bütçesiyle Eğlenhoca köyünde günlük 40 ton kapasiteli bir kontinü zeytinyağı fabrikası da kurulmuştur"⁵¹¹.

Karaburun'da İşsizliğin Azaltılması İçin "Örnek İş Alanları Önerisi ve Eğitimi" başlıklı proje onaylanmış ve hayata geçirilmiştir. Bu projede, Karaburun Yarımadası Yerel Gündem-21 ve Karaburun Kadınları Agro-Turizm Kooperatifi proje ortakları olmuşlardır. Projede 2,5 ay süren eğitimlerde eğitim alacaklar (62 kişi) anket yapılarak belirlenmiş, proje kapsamında eğitim alan kursiyerler ayrıca ekonomik katkı da almışlardır. Ağırlıklı verilen eğitim konuları çevre, tarımsal turizm, organik tarım, yarımada özgül ürünlerin (enginar, üzüm, zeytin, narenciye, nergis) yetiştiriciliği, kooperatifçilik, seracılık, pazarlama ve el sanatlarıdır⁵¹². Ayrıca bu kapsamda Mordoğan'da "Nergis Çiçekçiliğinin Sürdürülebilir Tarım Yaklaşımıyla İyileştirilmesi ve Kırsal Kalkınmaya Katkısı Projesi" de gerçekleştirilmiştir. Projenin amacı; Karaburun ve Mordoğan'a özgü bir çiçek olan nergis'in neslinin tükenmesini önlemek, son yıllarda ekim alanı azalma gösteren bitkinin tarımsal turizm

⁵¹¹ Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, "Karaburun'a Organik Tarım Dopengi", http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=364 . (27.03.2011).

⁵¹² Karaburun Yerel Gündem, "Karaburun Yarımadası Yerel Gündem 21'in Projeleri", <http://www.karaburunyerelgundem.org/yazi/karaburun-yarimadasi-yerel-gundem-21-in-projeleri> . (27.03.2011).

kapsamında ekim alanlarını korumak, nergis yetiştiriciliğinde istihdam alanları yaratmak ve bitkinin kış aylarında üretilmesi nedeniyle yöre halkına kış aylarında gelir yaratmaktır.

3.6.3.4.4. Isparta

Isparta ili Akdeniz Bölgesi'nin batı bölümün iç kesiminde, göller bölgesinde yer almaktadır. Topraklarının %60'dan fazlası Toroslar'ın uzantısı olan dağlarla, %7'si ise göllerle kaplıdır. Rakımı ortalama 1.050 m.'dir. Türkiye'nin sınırları içinde en fazla göle sahip ilidir. Ayrıca çok sayıda milli park ve tabiat koruma alanına sahiptir. Merkez ilçe dahil olmak üzere toplam 12 ilçeye sahiptir. Isparta'nın iklimi Akdeniz iklimi ile Orta Anadolu iklimi arasında yer almaktadır. İlin Akdeniz'e yakın olan bölgelerinde Akdeniz ikliminin özelliği, yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlı, kuzeye doğru gidildikçe kara ikliminin özelliği ağır basmakta ve kışlar daha sert geçmektedir.

Isparta'da 1.500 m yükselti kuşağına kadar, Akdeniz'e özgü maki türü ağaççıklarla birlikte, meşenin egemen olduğu yapraklı ormanlar bulunur. Yapraklı ormanlar üzerinde 1.700-1.800 metrelere kadar kızılçam, karaçam, sedir ve ardıç gibi ibreli ağaçlardan oluşan iğne yapraklı ormanlar yayılmıştır. Bu ağaçlardan başka yer yer köknar ve sedir ağaçlarına da rastlanmaktadır⁵¹³. Isparta sahip olduğu topografyası, dağları, gölleri, ormanları, milli parkları, tabiat parkları, verimli toprakları, başta gül ve gül yağı olmak üzere yetiştirdiği ürünleri ile ve Antalya'ya olan yakınlık avantajıyla Antalya'ya gelen turistler ve doğaseverler açısından önemli bir tarımsal turizm potansiyeline sahiptir.

Isparta İli'nde toplam 43.991 adet tarım işletmesi bulunmaktadır. Bu sayı içinde bitkisel ve hayvansal üretimi birlikte yapmakta olan işletmelerin oranı %72'yi bulmaktadır. İşletmelerden %26'sı sadece bitkisel üretim, %2'si sadece hayvansal üretim yapmaktadır⁵¹⁴. Isparta'da çok sayıda tarımsal ürün yetiştirilmektedir. Elma, kiraz, şeftali, erik, kayısı, üzüm gibi meyveler, gül, kekik, adaçayı, oğul otu, lavanta,

⁵¹³ Isparta Valiliği, İl Çevre ve Orman Müdürlüğü, "Isparta Çevre Durum Raporu", Isparta 2006, s.20.

⁵¹⁴ Isparta Valiliği, İl Çevre ve Orman Müdürlüğü, s. 265.

biberiye ve nane gibi aromatik bitkiler üretilmektedir. Isparta Türkiye'nin toplam elma üretiminin 1/5'ini, kekik ihracatının ise %20'sini karşılamaktadır. Ayrıca, buğdaygiller, baklagiller gibi tarla bitkileri, şeker pancarı, haşhaş, susam gibi endüstriyel bitkiler, fidan ve kesme çiçek ve organik ürünler de üretilmektedir.

Isparta gül yağı ve gül ürünlerinin üretiminde de önemli bir merkez haline gelmiştir. "Isparta ilinde 43.273 adet tarım işletmesi faaliyet göstermekte olup, bu işletmelerin 8.455'inde gül çiçeği üretimine yer verilmektedir. 2000 yılında 15.870 da. alandan 5.530 ton ve 2001 yılında 19.060 da. alandan 5 811 ton gül çiçeği elde edilmiştir. 2002 yılında ise, 1.563 ha alanda 5.827 ton gül çiçeği üretimi gerçekleşmiştir⁵¹⁵. Gül çiçeği sadece gül yapımında kullanılmamaktadır. Gül çiçeğinden gül suyu, gül koncreti, krem, losyon, şampuanlar gibi kırk çeşit kozmetik ürünleri üretilmektedir.

Isparta ulusal strateji kapsamında seçilmiş illerden biri olup, ekolojik tarımın kontrollü yürütülmesine ve yaygınlaştırılmasına çalışılmaktadır. Yöreye özgü bazı meyve ve sebzeler "Organik Tarım Esasları ve Uygulama metotları" doğrultusunda üretilmektedir.

Eğirdir Gölü'nün doğasına ve doğal kaynaklarına zarar vermeden çevresinde yaşayan ve göl ile iletişim halinde olan insanların, sosyo-ekonomik yapılarının da dikkate alınarak kullanımına imkan sağlamak amacıyla oluşturulan "*Eğirdir Gölü Yönetim Planı*" çerçevesinde yapılan çalışmalardan biri tarımsal turizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasıdır⁵¹⁶.

Eğirdir gölü çevresinde toplumun turizm bilincini geliştirmek, iç turizmi canlandırmak ve halkın turizm etkinliklerine katılmasını teşvik etmek amacıyla, Eğirdir Gölü Yönetim Planında paydaş olarak gösterilen İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile Tarım İl Müdürlüğü işbirliğinde, tarımsal turizmle ilgili çalışmalar

⁵¹⁵ Adnan Ertan ve Özlem Güzel, "Tarım Turizmi Kavramı ve Isparta'nın Tarım Turizmi Açısından Değerlendirilmesi", **Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Yıl:2008/1, Sayı:7, Isparta 2008, s.91.

⁵¹⁶ Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, "Isparta'da agroturizm", <http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/belge/1-81466/ispartada-agroturizm.html> . (18.04.2011).

başlamış, önce tarımsal turizm potansiyeli olan yöreler belirlenmiş, daha sonra yöre toplumlarını turizme yönleltmek amacıyla proje çerçevesinde eğitimler düzenlenmiştir.

Bu çalışmalar doğrultusunda, Isparta’da ilk olarak aşağıda belirtilen 4 ilçenin 14 yerleşim yeri, tarımsal turizm potansiyeli olan yöreler olarak tespit edilmiştir. Bu yöreler⁵¹⁷;

1. Yalvaç İlçesinde; Aşağıtırtar, Taşevi ve Aşağıkaşıkara Köyleri,
2. Eğirdir İlçesinde; Mahmatlar, Balkırı, Beydere ve Bağören Köyleri ile Barla Kasabası,
3. Senirkent İlçesinde; Akkeçili, Garip ve Gençali Köyleri,
4. Gelendost İlçesinde; Avşar, Yenice ve Yeşilköy Köyleri,

Tarımsal turizm potansiyeli görülen bu yerlerde eğitim programları hazırlanarak, söz konusu köylere gidilip, köy muhtarı ve bazı çiftçilere eğitim semineri çalışmaları yapılmıştır.

Seminer çalışmalarının ardından Burdur ili Ağlasun ilçesi ve Isparta ili Keçiborlu ilçesi, Senir kasabasında tarımsal turizm faaliyeti yapılan işletmelere proje kapsamında geziler düzenlenmiş, bahçeler ve turistlerin ağırlandığı evler ziyaret edilmiş ve etkinlikler yerinde gözlemlenmiştir.

Keçiborlu kasabası Senir kasabasında bin dekarlık arazide organik gül üretimi yapan Sebat Tarım işletmesinde tarımsal turizm faaliyetleri gerçekleştirilmekte ve ilki 2008 yılında gerçekleştirilen ve sonraki yıllarda tekrarlanan, yabancı basın ve ziyaretçilerin katılımının da sağlandığı “Organik Gül Festivali” düzenlenmektedir. Tarım işletmesi gül ile başlattığı tarımsal turizm etkinliklerini Isparta’da yetiştirilen kekik, lavanta ve papatya gibi aromatik bitkilerin yağlarını çıkartarak kuracakları 40 yataklı SPA merkezinde tarımla turizmi bütünleştirmeye çalışmaktadırlar.

⁵¹⁷ Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YEŞİLKÖY'ÜN SOSYO-EKONOMİK YAPISI VE TARIMSAL TURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle Yeşilköy hakkında bilgi verilmiş daha sonra anket çalışması sonucu elde edilen bulgular sistematik bir şekilde sınıflandırılarak ortaya konulmuş ve buradan elde edilen bulgular çerçevesinde AB'deki tarımsal turizm uygulamalarıyla Yeşilköy özelinde Türkiye'deki tarımsal turizm uygulamalarının karşılaştırmalı bir analizi yapılmaya çalışılmıştır.

4.1. YEŞİLKÖY'ÜN KONUMU VE ÖZELLİKLERİ

İzmir Kemalpaşa ilçesine 15 km uzaklıkta bulunan Yeşilköy, Nif dağı ile Mahmut dağı arasında bulunan Cumalı Köyüne bitişik dört tarafı ormanlarla çevrili olan bir orman köyüdür. Köyle ilgili ayrıntılı resimler ayrıca ek 2'de sunulmuştur.

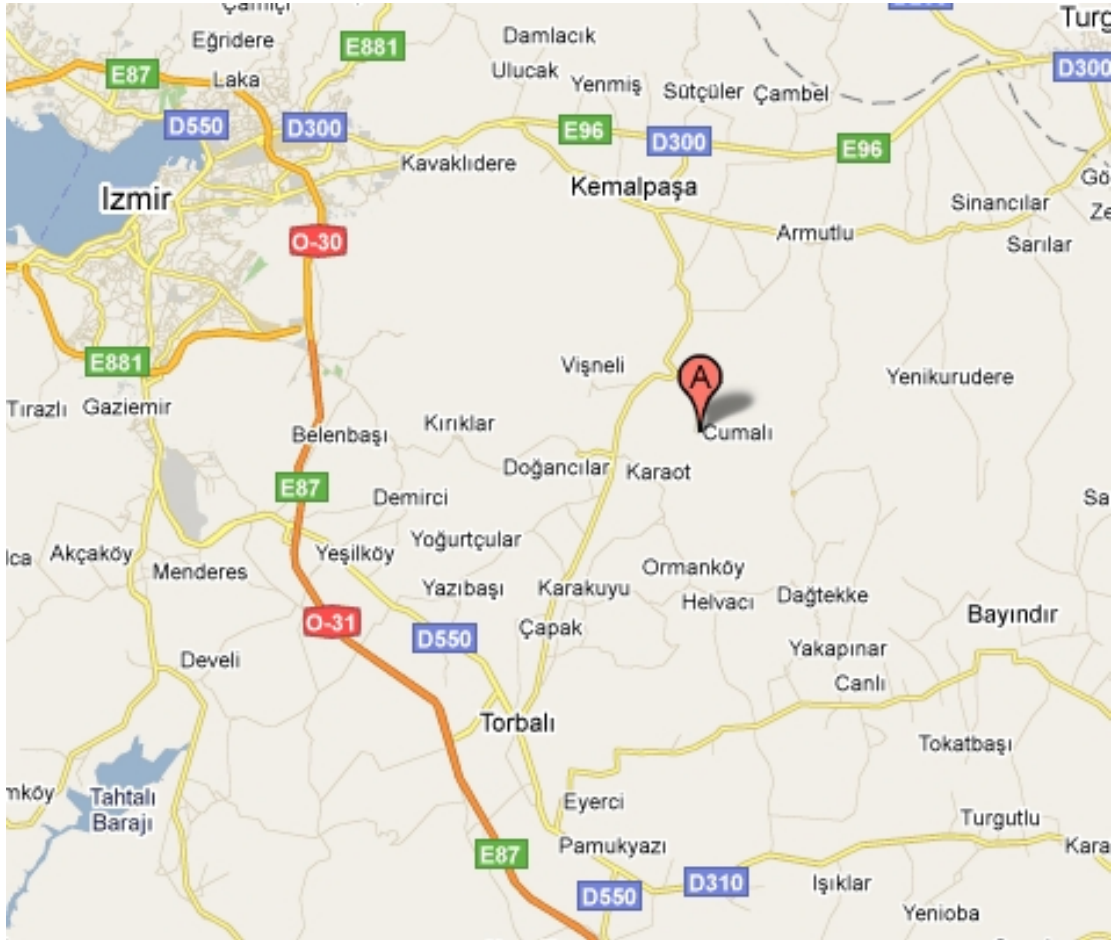
Şekil 8: Yeşilköy ve Cumalı Köylerinin Uydudan Görünümü



Kaynak: Google Map, <http://maps.google.com/> 30.04.2011

Ulaşımı oldukça kolay ve yolları düzgün olan Yeşilköy, Kemalpaşa Torbalı arasında Kemalpaşa belediyesine yaklaşık 15 km uzaklıkta bulunmaktadır. Aynı şekilde, ayrı bir muhtarlık altında bulunmakla birlikte, Yeşilköy ile tamamen bütünleşmiş olan Cumalı köyü ise Kemalpaşa'ya 14 km mesafede bulunmaktadır. Aşağıdaki haritada Cumalı ve Yeşilköy'ün ulaşımı görülmektedir.

Şekil 9: Yeşilköy ve Cumalı Köylerinin Ulaşımı



Kaynak: Google Map, <http://maps.google.com/> 30.04.2011

Yeşilköy nüfusu 118 kadın 156 erkek olmak üzere toplam 244 kişiden oluşurken⁵¹⁸, Cumalı Köyünün nüfusu 152'si kadın 156'sı erkek olmak üzere 308 kişiden oluşmaktadır⁵¹⁹. Köy muhtarlarından alınan bilgilere göre 1970'li yıllarda

⁵¹⁸ YerelNET Yerel Yönetimleri Portalı, Yeşilköy Köyü, <http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=249405> (30.04.2011)

⁵¹⁹ YerelNET Yerel Yönetimleri Portalı, Cumalı Köyü, <http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=249384> (30.04.2011)

yaşanan yoğun göç dalgasından önce çok daha kalabalık nüfusları bulunan köyler, göç ve düzgün bir şekilde yürütülen aile planlaması çalışmaları nedeniyle bugünkü yapılarını almıştır. Bununla birlikte şehirdeki işlerinden emekli olan köylülerin bir kısmı emeklilik sonrası hayatlarını geçirmek için tekrar köye dönmüşlerdir. Fakat bu kişilerin çocukları halen şehirde okumakta ve/veya çalışmaktadır. Genç kuşaklar şehir hayatına adapte olup, yaşamlarını şehirde kurmuş olmakla birlikte, köyleriyle olan bağlarını sıkı bir şekilde korumaktadır. Bu yargı gerek köylülerle yapılan sohbet ve gözlemlerle gerekse anket çalışmasındaki sorulara verilen yanıtlarla da örtüşmektedir.

Ormanların arasında oldukça hoş bir manzara eşliğinde gidilen yolu olan Yeşilköy denizden 370 m., Cumalı ise 360 m. yükseklikte bulunmaktadır.

Şekil 10: Yeşilköy ve Cumalı Köylerinin Topoğrafik Haritası



Kaynak: Google Map, <http://maps.google.com/> 30.04.2011

Yöre Akdeniz ikliminin etkisinde bulunmakta, yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlı geçmektedir. Bununla beraber hava sıcaklığı İzmir merkezine göre 2-5

°C derece daha düşük ve iklim daha serttir. Ayrıca köylülerden, bazı yıllarda 3-5 gün kadar süren, az miktarda kar yağdığı bilgisi de alınmıştır

Her iki köydeki temel tarımsal geçim kaynağı, zeytin/zeytinyağı, üzüm/kuru üzüm ve kiraz üretimidir. Daha önceki yıllarda birçok ailenin yaptığı hayvancılık faaliyetleri son dönemde iyice azalmış olmakla birlikte, köyde halen çok az da olsa sığır, keçi ve tavuk beslenmekte ayrıca arıcılık faaliyetleri de yapılmaktadır.

Tarım dışında köyün ekonomisinde önemli bir yer tutan faaliyet, Torbalı'daki mermer fabrikalarında işçi olarak çalışılmasıdır. Köydeki gençlerin bir kısmı bu fabrikalarda çalışmakta, bazı köylüler ise Torbalı'daki mermer fabrikalarından emekli olmuş bulunmaktadır. Yine son dönemde köyde gelişen tarım dışı bir faaliyet olan mozaik yapımı ise 2005 yılında Kemalpaşa Kaymakamlığı, İl Çevre ve Orman Müdürlüğü ve Dokuz Eylül Üniversitesi Torbalı Meslek Yüksek Okulu öncülüğünde yürütülen bir çalışmayla başlatılmış ve oldukça olumlu sonuçlar alınmıştır. Bu proje çerçevesinde Kemalpaşa Kaymakamlığı Halk Eğitim Merkezi Müdürlüğü tarafından açılan 2 kurs döneminde 70 kursiyer kurslarını tamamlayarak sertifika almış ve mozaik üretimine başlamıştır. Köylülerin ürettiği mozaik eserlerden bazılarının resimleri ek 3'de ayrıca sunulmuştur.

Mozaik üretimiyle birlikte son dönemde köylerde gelişmeye başlayan diğer bir ekonomik faaliyet ise tarımsal turizm olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar daha emekleme aşamasında olsa da geçtiğimiz iki yıl boyunca Mayıs aylarında Amerika Birleşik Devletleri'nden mozaik yapımına ilgi duyan genç turistler/öğrenciler kısa süreli konaklamalı olarak (2-3 gün) köyde kalmışlar ve mozaik yapımı faaliyetlerine katılmışlardır. Bu yıl da 26 Mayıs 2011 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri'nden bir grubun geldiği ve mozaik yapım çalışmalarına katıldıkları bilgisi alınmıştır.

Turizm açısından önemli konuların başında altyapı gelmektedir. Her iki köyün kanalizasyon ve içme suyu problemleri çözülmüş olup, elektrik, telefon ve

internet gibi hizmetleri bulunmakla birlikte, PTT şubesi veya acentesi yoktur. Köyde faal olmayan bir ilkokul vardır ve eğitim taşımalı olarak gerçekleştirilmektedir.

4.2. YEŞİLKÖY'ÜN TARIMSAL TURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

4.2.1.Araştırmanın Amacı

Dünyanın farklı coğrafyalarında uzun süredir uygulanmakta olan tarımsal turizm faaliyetleri, Türkiye’de yeni başlamaktadır. Coğrafyası, iklimi, bitki ve hayvan çeşitliliği, zengin mutfağı, yöresel ürünleri, gelenekleri, folkloru, el sanatları ve diğer kültürel değerleri ile zengin kaynaklara sahip Türkiye’nin tarımsal turizm potansiyelini geliştirmesi; kırsal alanlardaki mevcut kaynaklarından daha iyi yararlanmasına, tarım alanlarının ve hayvancılığın korunmasına, yörede yaşayanların göçe zorlanmayıp kendi köylerinde kalmasına, işsizlik ve düşük gelir gibi yapısal sorunlara çözüm bulunmasına yardımcı olacaktır.

İzmir’in Kemalpaşa ilçesine bağlı Yeşilköy ve Cumalı köyleri de yumuşak bir iklime, bitki çeşitliliğine, tarımsal ürünlere, bozulmamış doğal bir çevreye ve organik tarıma uygun bir yapıya sahiptir. Son yıllarda köyde yapılmaya başlanmış olan mozaik çalışmalarını incelemek için geçtiğimiz üç yılda, köy üç kez yurtdışından gelen araştırmacılar tarafından ziyaret edilmiştir. Bu ziyaretler sırasında araştırmacıların çok kısa süre de olsa köydeki bazı evlerde konaklamalı kalmaları nedeniyle köy turizm faaliyetlerine tamamen yabancı da değildir. Ancak bu iş şimdiye kadar misafirperverlik olarak yapılmış ve gerçek anlamda ticari bir faaliyet olarak değerlendirilmemiştir.

Araştırma kurgulanırken öncelik verilen temel konu, Yeşilköy ve Cumalı köylerinin sosyo-ekonomik yapısını inceleyip, tarımsal turizm potansiyelini değerlendirmektir. Bu nedenle tezin amacı; Yeşilköy ve Cumalı köylerinin sosyo-ekonomik yapısını ortaya koymak, köy sakinlerinin turizm ile tarımsal turizme bakışlarını, tarımsal turizme yönelme konusundaki arzularını, üreticilerin çeşitli

turistik hizmetleri verme konusundaki düşüncelerini saptamak ve köylerin tarımsal turizm potansiyellerini belirlemektir.

Daha spesifik olarak ele alınacak olursa, araştırmanın alt amaçları ise aşağıdaki şekilde gruplanabilir. Bu amaçlar;

1. Üreticilerin yaş, eğitim, hanelerindeki birey sayısı gibi demografik özelliklerinin belirlenmesi,
2. Üreticilerin yıllık gelir seviyeleri, oturdukları evin tipi ve mülkiyet durumu, arazi varlıkları ile diğer ekonomik ve donanımsal varlıkları,
3. Gazete okuma ve televizyon seyretme gibi kültürel faaliyet ve alışkanlıkları,
4. Üreticilerin tarımsal faaliyetleri ve çiftçilik mesleğine yönelik tutumları,
5. Turizm faaliyetleri açısından oldukça önemli bir konu olan çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları,
6. Üreticilerin turizme, tarımsal turizme bakışları ve çeşitli turizm hizmetlerini verme konusundaki istekleri,
7. Tarımsal turizm ürün ve hizmetlerinin hangilerini ne ölçüde verebilecekleri,
8. Üreticilerin tarım dışı faaliyetleri ile köyden kente göç durumunun belirlenmesidir.

4.2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bir önceki bölümde belirtilen amaçları gerçekleştirmeye yönelik olarak, bu araştırmada tanımlayıcı bir araştırma modeli kullanılmıştır. Tanımlayıcı araştırmalarda, problem belirlenerek, problemle ilgili değişkenler ve değişkenler arasındaki ilişkiler tanımlanmaktadır. Araştırmada bilgi kaynağı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır.

Anket hazırlanırken öncelikle yukarıdaki konuları araştırmak üzere yapılmış olan çalışmalarda kullanılan anketler ve ölçekler taranmış ve ilgili çalışmalardan elde edilen sorular uzman ve akademisyenlerin görüş ve önerileri sonucunda düzenlenip sahada öncelikle 20 anketten oluşan bir deneme çalışması yapılmıştır. Deneme anketi ile yapılan değerlendirmeler sonucunda bazı sorulardaki ifadeler değiştirilmiş ve ankete son şekli verilmiştir. Toplam 150 haneden oluşan iki köyde her haneden 1 kişi olmak üzere 149 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılarak alınan cevaplar SPSS 16.0 programında değerlendirilmiştir.

Toplam 44 sorudan oluşan anket hazırlanırken tarımsal turizme yönelik olarak oluşturulan sorular (26-32 arası) Gündüz'ün (2004) "*Ankara İli Kalecik İlçesinde Tarımsal Turizme Uygun Alanların Saptanması ve Tarımsal Turizm Modelinin Oluşturulması Üzerine Bir Araştırma*" adlı doktora tez çalışmasında kullandığı sorulardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Araştırmanın çevre bilinci ve çevreye karşı tutumunu irdelemeyi amaçlayan soruları (23. soru grubu) ilk kez Dunlap ve Liere tarafından 1978 yılında geliştirilen⁵²⁰ ve daha sonra yerli ve yabancı literatürde kullanılan "*Yeni Çevresel Paradigma*"⁵²¹ adlı ölçekteki sorular ve FAO (The Food and Agriculture Organization of The United Nations) ile Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Orman Bakanlığı tarafından yürütülen "*Yunt Dağı Projesi*"⁵²² kapsamında uygulanan anketteki çevre bilincini ölçmeye yönelik sorulardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Ayrıca çiftçilik mesleğiyle ilgili tutum (19. soru grubu) Tarımsal faaliyetler ile ilgili bilgileri almak için kullanılan (21. ve 22. soru grupları) ve köyden kente göç ile ilgi sorular da Yurt Dağı Projesi kapsamından kullanılan anketteki sorulardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Anketteki diğer sorular ise akademisyen ve uzman görüşlerine başvurularak hazırlanmıştır.

520 Cihat Günden ve Bülent Miran, "Yeni Çevresel Paradigma Ölçeğiyle Çiftçilerin Çerce Tutumunun Belirlenmesi: İzmir İli Torbalı İlçesi Örneği, *Ekoloji* 18/69, 2008, s.41.

521 2000 yılında yeniden güncellenen Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği için bkz. Riley E. Dunlap ve diğerleri, "*Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale*", *Journal of Social Issues*, Vol. 56, No. 3, 2000, pp. 425–442.

522 Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Orman Bakanlığı, Yunt Dağı Projesi, <http://www.cevreorman.gov.tr/COB/YuntDagiProjesi.aspx?sflang=tr> 30.04.2011.

4.2.3. Verilerin Analizi ve Araştırma Bulguları

Araştırma sonucu elde edilen bulgular çalışmada yedi ana alt başlık altında ortaya konulup değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bunlar; Yeşilköy'ün demografik özellikleri, Yeşilköy'ün sosyo-ekonomik analizi, ankete katılan üreticilerin çiftçilik mesleği hakkındaki tutum ve düşünceleri, ankete katılan üreticilerin göç durumu, ankete katılan üreticilerin sosyo-kültürel yapısı, ankete katılan üreticilerin çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu ve son olarak ankete katılan üreticilerin tarımsal turizme bakışı'dır.

4.2.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Bu bölümde köyde yaşayan bireylerin profillerini belirlemek için, araştırmadan elde edilen yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, hanedeki kişi sayısı gibi bulgular derlenip elde edilen sonuçlar tablolastırılmıştır.

Ankete katılanların yaş durumları incelendiğinde aşağıdaki Tablo 37 de görüldüğü üzere, büyük çoğunluğu (%76,5) orta ve üst yaş grubu bireyler oluşturmaktadır.

Tablo 37: Ankete Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
18-25	15	10,1	10,1	10,1
26-35	20	13,4	13,4	23,5
36-45	21	14,1	14,1	37,6
46-55	36	24,2	24,2	61,7
56-64	24	16,1	16,1	77,9
65 Üstü	33	22,1	22,1	100,0
Toplam	149	100,0	100,0	

Araştırmaya katılanların %65,1'i (97 kişi) erkeklerden, %34,9'u (52 kişi) kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 38: Ankete Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erkek	97	65,1	65,1	65,1
Kadın	52	34,9	34,9	100,0

Ankete katılanların öğrenim durumları incelendiğinde %3,4'ünün üniversite, %8,1'inin lise, %12,1'inin ortaokul ve %67,8'inin ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %8,7'si herhangi bir okuldan mezun olmamakla birlikte okuryazardır. Hiç okuma yazma bilmeyenlerin oranı %2'dir. Verilerden yöre halkının ağırlıklı olarak ilkokul mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 39: Ankete Katılanların Öğrenim Durumu İtibariyle Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Okur-yazar değil	3	2,0	2,0	2,0
Okur-yazar	10	6,7	6,7	8,7
İlkokul	101	67,8	67,8	76,5
Ortaokul	18	12,1	12,1	88,6
Lise	12	8,1	8,1	96,6
Üniversite	5	3,4	3,4	100,0
Toplam	149	100,0	100,0	

Araştırmaya katılanların öğrenim durumlarının cinsiyet itibariyle değişip değişmediğini ortaya koymak amacıyla, iki değişken arasındaki ilişki araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 40: Öğrenim Durumunun Cinsiyete Göre Dağılımı

			Cinsiyet		
			Erkek	Kadın	Toplam
Öğrenim Durumu	Okur-yazar değil	Sayı	1	2	3
		Cinsiyet İçinde %	1,0%	3,8%	2,0%
	Okur-yazar	Sayı	1	9	10
		Cinsiyet İçinde %	1,0%	17,3%	6,7%
	İlkokul	Sayı	68	33	101
		Cinsiyet İçinde %	70,1%	63,5%	67,8%
	Ortaokul	Sayı	13	5	18
		Cinsiyet İçinde %	13,4%	9,6%	12,1%
	Lise	Sayı	9	3	12
		Cinsiyet İçinde %	9,3%	5,8%	8,1%
	Üniversite	Sayı	5	0	5
		Cinsiyet İçinde %	5,2%	,0%	3,4%
	Toplam	Sayı	97	52	149
		Cinsiyet İçinde %	100,0%	100,0%	100,0%

İki değişken arasındaki ilişki incelendiğinde, kadınların erkeklere oranla daha az eğitim aldıkları ortaya çıkmaktadır. Okuryazar olmayan 3 kişiden 2 si, herhangi bir okuldan mezun olmayıp, okuryazar olan 10 kişiden 9'u kadındır. Temel ve orta eğitim seviyelerinde de kadınlar ile erkeklerin eğitim seviyeleri arasında kadınlar aleyhine bir fark olmakla birlikte, yüksek eğitim alan bir katılımcı kadın bulunmamaktadır. Bulgulara göre, ankete katılan 97 erkekten 5'i (%5,2) bir üniversite mezunudur.

Yapılan çalışmada ailedeki kişi sayısını belirlemek amacıyla sorulan soruya 148 kişi yanıt vermiş olup, köyde ortalama hanedeki kişi sayısı 3,99, en az 1, en çok ise 14 kişidir. Bu veriler köy muhtarıyla yapılan görüşmede alınan, “*Köyümüzde ciddi şekilde aile planlaması yapılmaktadır.*” şeklindeki bilgiyi de doğrular niteliktedir.

Tablo 41: Hanedeki Kişi Sayısı

	Kişi Sayısı	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	1	11	7,4	7,4	7,4
	2	26	17,4	17,6	25,0
	3	29	19,5	19,6	44,6
	4	29	19,5	19,6	64,2
	5	24	16,1	16,2	80,4
	6	15	10,1	10,1	90,5
	7	6	4,0	4,1	94,6
	8	4	2,7	2,7	97,3
	9	3	2,0	2,0	99,3
	14	1	0,7	0,7	100,0
	Toplam	148	99,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	1	0,7		
Toplam		149	100,0		

4.2.3.2. Yeşilköy'ün Sosyo Ekonomik Analizi

Çalışmanın bu kısmında, Yeşilköyde yaşayan üreticilerin ekonomik durumu, yıllık ortalama gelirleri, mal varlıkları, hayvancılık ve tarımsal üretim faaliyetleri, mozaik üretimi ve köyün yeterince değerlendirilmeyen potansiyelleri araştırılıp ortaya konulmaya çalışılmıştır.

4.2.3.2.1. Ankete Katılan Üreticilerin Ekonomik Durumu

Bu bölümde anket sonucu elde edilen bulgulara göre, üreticilerin ekonomik düzeyi ile ilgili temel veriler derlenmiş, yıllık ortalama gelirleri, sosyal güvenceleri, sahip oldukları mülkler ve donanımlar ile yaptıkları tarımsal faaliyetler hakkında ayrıntılı tablolar oluşturulmuştur.

Üreticilerin yıllık gelirleri için verdikleri cevaplar SPSS 16.0 programında gruplandırıldıktan sonra aşağıda görülen tablo 42 elde edilmiştir. Buna göre; ankete katılan 149 kişiden 18'i gelir seviyesi ile ilgili bir beyanda bulunmaktan kaçınmıştır. Katılımcıların %16'sı (21 kişi) yılda 2.000.-TL ve altında bir gelire sahip olduğunu söylerken; %16,8'i (22 kişi) yıllık 2.001 ila 5000.-TL arasında, %34,4'ü (45 kişi)

5.001 ile 10.000.-TL arasında, %16,8'i (22 kişi) 10.001 ile 15.000.-TL arasında, %7,6'sı (10 kişi) 15001 ile 20.000.-TL arasında, %8,4'ü (11 kişi) 20.001 ila 50.000.-TL arasında yıllık gelire sahip olduğunu beyan etmiştir. Yapılan analizde katılımcıların ortalama yıllık gelirinin 9.801.-TL olduğu bulunmuştur. Ayrıca en yüksek gelir 45.000.-TL olarak saptanırken, hiçbir geliri olmayan ve sadece çocuklarından gelen para ile yaşayan 3 kişi olduğu tespit edilmiştir. Tarımsal turizm faaliyetlerini aktif olarak yürütebilecek 26-55 yaş grubu bireyler incelediğinde ise ankete katılanlardan 10 kişinin yanıt vermekten kaçındığı gözlenmiş ve katılımcıların ortalama yıllık gelirinin 12.642.-TL'ye çıktığı bulunmuştur. 26-55 yaş grubundaki üreticilerin gelir dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %9'unun (6 kişi) yılda 2.000.-TL ve altında bir gelire, %31,3'ünün (21 kişi) yıllık 2.001 ila 5000.-TL arasında ve yine %31,3'ünün (21 kişi) 5.001 ile 10.000.-TL arasında, %11,9'unun (8 kişi) 10.001 ile 15.000.-TL arasında, %7,5'inin (5 kişi) 15001 ile 20.000.-TL arasında, %9'unun (6 kişi) 20.001 ila 50.000.-TL arasında yıllık gelire sahip olduğu bulunmuştur.

Tablo 42: Ankete Katılanların Yaş Gruplarına Göre Yıllık Ortalama Gelirleri

Yaş Grupları		Bütün Yaş Grupları			26-55 Yaş Grubu		
	Gelir Grupları	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Geçerli Veri	0-2000	21	14,1	16,0	6	7,8	9,0
	2001-5000	22	14,8	16,8	21	27,3	31,3
	5001-10000	45	30,2	34,4	21	27,3	31,3
	10001-15000	22	14,8	16,8	8	10,4	11,9
	15001-20000	10	6,7	7,6	5	6,5	7,5
	20001-50000	11	7,4	8,4	6	7,8	9,0
	Toplam	131	87,9	100,0	67	87,0	100,0
Geçersiz Veri	Sistem	18	12,1		10	13,0	
Toplam		149	100,0		77	100,0	

Katılımcılara “*Tarımdan başka bir gelir kaynağınız var mı?*” sorusu yöneltildiğinde 13 kişi soruya cevap vermezken; %33,8'nin (46 kişi) sadece tarımsal faaliyetler ile geçimini sağladığı bilgisine ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların

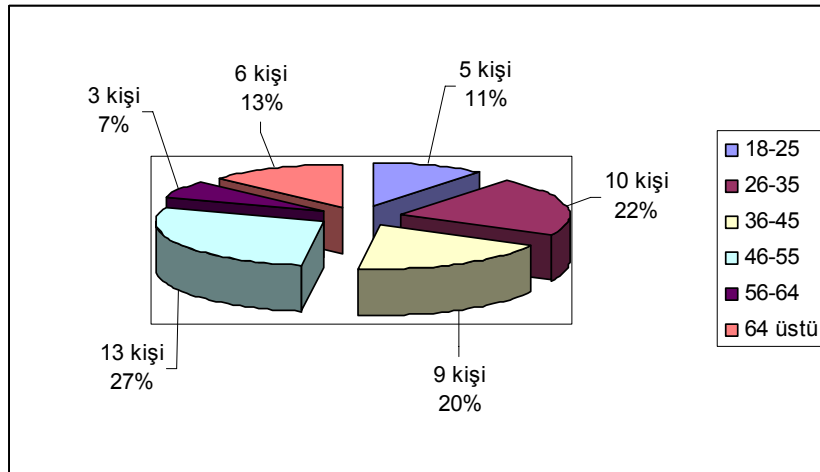
%42,6'sının (58 kişi) emekli maaşı, %2,2'sinin (3 kişi) emekli maaşına ilave olarak kira geliri, %0,7'sinin (1 kişi) dükkân geliri, %2,2'sinin (3 kişi) çocuklarından aldığı destek ve son olarak %1,5'nin (2 kişi) emekli maaşına ilave diğer başka bir geliri olduğu bulunmuştur.

Tablo 43: Ankete Katılanların Tarım Dışındaki Gelir Kaynakları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Yok	46	30,9	33,8	33,8
	Emekli maaşı	58	38,9	42,6	76,5
	Dükkânım var	1	0,7	0,7	77,2
	Çocuklardan destek	3	2,0	2,2	77,9
	Diğer	22	14,76	16,1	96,2
	Emekli maaşı + kira	3	2,0	2,2	98,5
	Emekli + diğer	2	1,3	1,5	100,0
	Toplam	136	91,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	13	8,7		
Toplam		149	100,0		

Tarım dışında geliri olmayan 46 katılımcının yaş grupları incelendiğinde çıkan sonuçlar şekil 11'de gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların %11'i (5 kişi) 18-25 yaş arasında, %22'si (10 kişi) 26-35 yaş arasında, %20'si (9 kişi) 36-45 yaş arasında, %27'si (13 kişi) 46-55 yaş arasında, %7'si (3 kişi) 56-64 yaş arasında ve %13'ü (6 kişi) ise 65 yaş ve üstündedir.

Şekil 11: Tarım Dışında Geliri Olmayan Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı



Üreticilerin ekonomik durumu ve geçim kaynaklarını değerlendirmek için “*Hane geliriniz içinde tarımsal üretimden elde ettiğiniz pay ne kadardır?*” şeklinde bir soru sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar derlendiğinde aşağıdaki gibi bir tablo ortaya çıkmaktadır. Buna göre; katılımcıların %16,2’si gelirinin tamamını tarım dışı faaliyetlerden (Kemalpaşa ya da Torbalı’da işçi olarak çalışarak veya emekli maaşıyla) elde etmektedir. %25,4’ü gelirinin ancak dörtte birine kadar olan kısmını tarımsal faaliyetlerden elde ederken, %17,6’lık kısmı gelirinin çeyreği ile yarısı arasındaki bir kısmını tarımsal faaliyetlerden sağlamaktadır. Bu tablo da bizi üreticilerin %59,2’sinin gelirinin en azından yarısını çeşitli nedenlerden ve/veya imkânlardan dolayı tarım dışı faaliyetlerden elde ettiği sonucuna götürmektedir. Ayrıca üreticilerin sadece %30,3’ü gelirinin dörtte üçü ile tamamına yakını, %10,6’sının ise gelirinin yarısı ile dörtte üçü arasındaki kısmını tarımsal faaliyetlerden elde etmektedir.

Tablo 44: Hane Geliri İçinde Tarımdan Elde Edilen Gelirin Payı

		Frekans	Yüzde %	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Hiç	23	15,4	16,2	16,2
	% 0-25	36	24,2	25,4	41,5
	% 26-50	25	16,8	17,6	59,2
	% 51-75	15	10,1	10,6	69,7
	% 76-100	43	28,9	30,3	100,0
	Toplam	142	95,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	7	4,7		
Toplam		149	100,0		

Ankete katılanlara herhangi bir sosyal güvenceye sahip olup olmadıkları sorulduğunda tüm katılımcılardan yanıt alınmıştır. Buna göre (Tablo 45) ankete katılan bireylerin %22,8’i herhangi bir sosyal güvenceye sahip değilken; %43’ü SSK, %21,5’i Bağ-Kur %5,4’ü Emekli Sandığı, %7,4’ü ise diğer bir sosyal güvenlik şemsiyesi altında yer almaktadır.

Tablo 45: Ankete Katılanların Sosyal Güvence Durumları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yok	34	22,8	22,8	22,8
SSK	64	43,0	43,0	65,8
Bağ-Kur	32	21,5	21,5	87,2
Emekli Sandığı	8	5,4	5,4	92,6
Diğer	11	7,4	7,4	100,0
Toplam	149	100,0	100,0	

4.2.3.2.2. Ankete Katılan Üreticilerin Mal Varlığı

Çalışmanın bu kısmında anketten elde edilen bulgulara göre, köydeki üreticilerin sahip olduğu mülk, arazi ve donanımlara ilişkin bilgiler tablolar haline getirilip derlenmektedir.

Katılımcıların yaşadıkları evlerin mülkiyet durumu incelendiğinde; %76,5'inin kendi mülkleri, %6'sının kira, %16,1'inin aile fertlerinden birine ait, %1,3'ünün ise diğer (lojman) olduğu gözlenmektedir.

Tablo 46: Ankete Katılanların Yaşadıkları Evin Mülkiyet Durumu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kendi mülkü	114	76,5	76,5	76,5
Kira	9	6,0	6,0	82,6
Aile fertlerine ait	24	16,1	16,1	98,7
Diğer	2	1,3	1,3	100,0
Toplam	149	100,0	100,0	

Katılımcılara yaşadıkları evin tipi ile ilgili soru sorulduğunda, 1 katılımcı soruya cevap vermemiş olup, çalışma alanındaki hanelerin %64,2'sinin tek katlı, %34,5'inin iki katlı, %1,4'ünün ise 3 katlı yapılardan oluştuğu görülmüştür.

Tablo 47: Köydeki Konutların Kat Sayısı

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Tek katlı	95	63,8	64,2	64,2
	İki katlı	51	34,2	34,5	98,6
	Üç katlı	2	1,3	1,4	100,0
	Toplam	148	99,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	1	0,7		
Toplam		149	100,0		

Ankete katılanlara sahip oldukları araç ve donanımlar sorulduğunda; çalışma sahasındaki bireylerin veya ailelerinin %28,2'sinde otomobil, %7'4'ünde minibüs, %10,7'sinde kamyonet, %1,3'ünde kamyon, %32,2'sinde traktör, %82,6'sında cep telefonu, %16,1'inde bilgisayar, %10,1'inde motosiklet ve %4,1'inde diğer araçların (ATV motor ve sepetli motosiklet) bulunduğu bilgisi alınmıştır.

Tablo 48: Köy Halkının Sahip Olduğu Motorlu Araç ve Donanımlar

Araç/Donanım	Yok	Yüzde	Var	Yüzde	Yüzde/Kümülatif
Otomobil	107	71,8	42	28,2	100
Minibüs	138	92,6	11	7,4	100
Kamyonet	133	89,3	16	10,7	100
Kamyon	147	98,7	2	1,3	100
Traktör	95	66,4	46	32,2	98,6
Cep Tel.	25	17,4	123	82,6	100
Bilgisayar	135	83,9	24	16,1	100
Motosiklet	124	89,9	15	10,1	100
Diğer	143	95,9	6	4,1	100

Üreticilerin sahip oldukları arazilerin büyüklükleri ile ilgili sorulan sorulara 121 kişi cevap vermiş, 28 kişi yanıtsız bırakmıştır. Anket sonucunda elde edilen bulgulara göre üreticilerin %34,7'si 10 dekar ve daha az bir araziye sahipken, %33,1'i 11 ile 25 dekar, %26,2'si 26 ile 50 dekar, %4,1'i 51 ile 75 dekar, %1,7'si ise 76 ile 100 dekar arası bir araziye sahiptir. Üreticilerin ortalama arazi varlığı 21,28 dekadır. Üreticilerin yoksul olmasının arkasında yatan önemli nedenlerden biri de sahip oldukları arazilerin küçüklüğüdür.

Tablo 49: Arazi Büyüklüğü

Arazi Büyüklüğü (Dekar)	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
0-10	42	34,7	34,7
11-25	40	33,1	67,8
26-50	32	26,2	94,2
51-75	5	4,1	98,3
76-100	2	1,7	100

Katılımcılara arazilerinin parsel sayısı ile ilgili sorulan soruya 108 kişi yanıt vermiş, 41 kişi yanıtlamamıştır. Buna göre üreticilerin sadece %29,6'sının arazisi tek parselde toplanmıştır. Katılımcıların %24,1'i 2, %15,7'si 3, %8,4'ü 4, %11,1'i, 5 ve %11,1'i 6 parsel veya daha fazla bölünmüş arazi parçalarına sahiptir.

Tablo 50: Arazilerin Parsel Sayısı

	Parsel Sayısı	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	1	32	21,5	29,6	29,6
	2	26	17,4	24,1	53,7
	3	17	11,4	15,7	69,4
	4	9	6,0	8,3	77,8
	5	12	8,1	11,1	88,9
	6	8	5,4	7,4	96,3
	7	2	1,3	1,9	98,1
	9	1	0,7	0,9	99,1
	15	1	0,7	0,9	100,0
	Toplam	108	72,5	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	41	27,5		
Toplam	149	100,0			

Tablo 51'de katılımcıların arazi büyüklükleri SPSS yazılımında gruplandırıldıktan sonra bölünmüşlük durumlarına göre çapraz tablolar ile karşılaştırılmış halde görülmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere arazi büyüklükleri arttıkça, bölünmüşlük oranları da artmaktadır. Buna göre; 0-10 dekar arası araziye sahip olan üreticilerin %68,8'inin arazisi bölünmemişken, %15,6'sı 2, %9,4'ü 3 ve %6,2'si 4 parselde bölünmüştür. 11-25 dekar arası arazi genişliğine sahip üreticiler incelendiğinde ise %21,1'inin arazisi tek parselden oluşurken, %39,5'nin 2, %10,5'inin 3, %10,5'inin 4, %10,5'inin 5, %5,3'ünün 6, %2,6'sının 7 parselden

oluştugu görülmektedir. 26-50 dekar arazi genişliğine sahip üreticilerin %6,7'sinin arazisi tek parselden oluşurken, %16,7'si 2, %30'u 3, %10'u 4, %13,3'ü 5, %16,7'si 6, %3,3'ü 7, ve %3,3'ü 15 parselden oluşmaktadır. Göreceli olarak diğer üreticilere oranla daha büyük arazi genişliğine sahip olan 51-75 dekarlık arazi genişliğine sahip olan 2 kişiden birinin arazisi 3 parsel, diğeri ise 6 parsel bölünmüş durumdadır. Son olarak 76-100 dekar arazi genişliğine sahip olan 2 üreticinin parsel sayısı incelendiğinde, birinin arazisinin 2, diğeri ise 9 parselden oluştuğu yapılan anketin bulgularından anlaşılmaktadır.

Tablo 51: Arazi Büyüklükleri İle Bölünme Durumu Arasındaki İlişki

		Dönüm	Gruplanmış Arazi Büyüklüğü					Toplam
			0-10	11-25	26-50	51-75	76-100	
Parsel Sayısı	1	Sayı	22	8	2	0	0	32
		Gruplanmış Arazi içinde %	68,8	21,1	6,7	0	,0	30,8
	2	Sayı	5	15	5	0	1	26
		Gruplanmış Arazi içinde %	15,6	39,5	16,7	0	50,0	25,0
	3	Sayı	3	4	9	1	0	17
		Gruplanmış Arazi içinde %	9,4	10,5	30,0	50,0	,0	16,3
	4	Sayı	2	4	3	0	0	9
		Gruplanmış Arazi içinde %	6,2	10,5	10,0	0	0	8,7
	5	Sayı	0	4	4	0	0	8
		Gruplanmış Arazi içinde %	0	10,5	13,3	0	0	7,7
	6	Sayı	0	2	5	1	0	8
		Gruplanmış Arazi içinde %	0	5,3	16,7	50,0	0	7,7
	7	Sayı	0	1	1	0	0	2
		Gruplanmış Arazi içinde %	0	2,6	3,3	0	0	1,9
	9	Sayı	0	0	0	0	1	1
		Gruplanmış Arazi içinde %	0	0	0	0	50,0	1,0
	15	Sayı	0	0	1	0	0	1
		Gruplanmış Arazi içinde %	0	0	3,3	0	0	1,0
	T O P L A M	Sayı	32	38	30	2	2	104
		Gruplanmış Arazi içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		Toplamdaki %	30,8	36,5	28,8	1,9	1,9	100,0

4.2.3.2.3. Ankete Katılan Üreticilerin Tarımsal Üretim Faaliyetleri

Yapılan anketten elde edilen bulgulara göre üreticilerin temel olarak ürettikleri ürün zeytindir. Ankete katılanların %86,8'i zeytin üretmekte ve bu zeytinden elde ettikleri yağı satarak gelir sağlamaktadırlar. Ayrıca, üreticilerden alınan bilgilere göre eskiden çok daha yoğun biçimde üzüm üretilmesine karşın ekonomik nedenler ile bağların bozulması sonucu, üretim miktarında ciddi düşüş yaşanmış olan üzümün üretimi, katılımcıların %47,5'i tarafından gerçekleştirilmektedir. Son dönemde üretimine yeni yeni başlanan diğer önemli ürün kirazdır. Katılımcıların %22,5'i tarafından üretilen kiraz köydeki diğer önemli tarımsal gelir kaynağıdır. Ayrıca köyde sadece 1 kişi tarafından kendi ailesinin ihtiyacı için bu ürünlere ilaveten incir, erik, kayısı ve armut üretilmektedir.

Tablo 52: Köyde Üretilen Ürünler

ÜRÜNLER	Üreteci Sayısı	Geçerli Yüzde
Zeytin	125	86,8
Üzüm	67	47,5
Kiraz	31	22,5
İncir	1	0,7
Erik	1	0,7
Kayısı	1	0,7
Armut	1	0,7

Yukarıda bahsedilen ürünlerin üretim miktarları ile ilgili veriler ürün bazında aşağıdaki Tablo 53'de incelenmeye çalışılmıştır. Örneğin zeytin üretimi ele alındığında üretimin %97'si sulama olmaksızın yapılmakta olup çiftçiler yılda ortalama hane başına 18.480 kg mahsul elde etmektedirler. Aynı şekilde köyde üretilen ikinci önemli tarımsal ürün olan üzüm üretimi de sulama olmaksızın yapılmaktadır. Katılımcıların verdiği bilgilere göre bağların sadece %2'sinde sulama yapılmakta olup, çiftçiler yılda ortalama hane başına 5.568 kg yaş üzüm almaktadırlar. Son dönemde üretimine başlanan kiraz ağaçlarının ise %69,2'si sulanmaktadır. Katılımcılar daha yeni diktikleri ve mahsul veremeyecek olan genç ağaçların sulanmadığını belirtmişlerdir. Ortalama olarak çiftçiler yılda hane başına

971 kg mahsul almaktadırlar. Ayrıca yukarıda daha önce de ifade edildiği üzere sadece 1 katılımcı tarafından kendi ailesinin ihtiyaçları için üretilen incir, erik, kayısı ve armut'un tamamı belediyenin şebeke suyuyla sulanmakta olup, ortalama mahsul miktarı ile ilgili bir bilgi alınamamıştır.

Tablo 53: Köyde Üretilen Ürünlerin Üretim Miktarları

ÜRÜNLER	Ekiş Alanı (Dönüm)			Ağaç Sayısı			KURU %	SULU %	Üretim Miktarı (kg)	
	Min.	Mak.	Ort.	Min.	Mak.	Ort.			Mak.	Ort.
Zeytin	1	100	17,39	12	2000	370	97	3	200.000	18.480
Üzüm	1	28	5,85	13	1500	575	98	2	20.000	5.568
Kiraz	0,5	20	6,89	20	466	195	30,8	69,2	7.000	971
İncir	0,20	0,20	0,20	7	7	7	0	100	-	-
Erik	0,11	0,11	0,11	4	4	4	0	100	-	-
Kayısı	0,05	0,05	0,05	2	2	2	0	100	-	-
Armut	0,02	0,02	0,02	1	1	1	0	100	-	-

Ankete katılan üreticilere ürettikleri tarım ürünlerinin ne kadarını kendi ihtiyaçları için kullanıp ne kadarını sattıklarını sorulduğunda (Tablo 54), katılımcılardan 13 kişi cevap vermemiştir. Bulgulara göre; ankete cevap veren üreticilerin %14,7'si ürettikleri ürünleri sadece kendi ihtiyaçları için kullanırken, %9,6'sının elde ettikleri mahsulün dörtte birine kadar olan kısmını üçüncü kişilere sattığı görülmektedir. Üreticilerin %5,9'u ise elde ettikleri mahsulün yarısına kadar olan kısmını satıp geri kalanını kendi ihtiyaçları için kullanırken, %14'ü elde ettikleri mahsulün yarısı ile dörtte üçlük arasındaki bir kısmını satmaktadır. Tablo'daki en büyük oran ise %55,9 ile ürettikleri ürünün dörtte üçü ile tamamı arasındaki bir kısmını satan gruptur.

Tablo 54: Satılan Ürün Miktarı

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Satmıyor	20	13,4	14,7	14,7
	% 0-25	13	8,7	9,6	24,3
	% 26-50	8	5,4	5,9	30,1
	% 51-75	19	12,8	14,0	44,1
	% 76-100	76	51,0	55,9	100,0
	Toplam	136	91,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	13	8,7		
Toplam		149	100,0		

Üreticilerin sattıkları ürün miktarı ile sahip oldukları arazi büyüklükleri arasındaki ilişkiyi görmek için Tablo 55 oluşturulmuştur. Tablodan da açıkça görüldüğü üzere üreticilerin sahip oldukları arazi miktarı arttıkça ürettikleri ürünün daha büyük bir kısmını satmaktadırlar. Örneğin, arazi genişliği 10 dekar ve altında olan çiftçilerin %31,6'sı elde ettikleri mahsulü sadece kendileri için kullanırken, bu oran 11-25 dekar arazi sahibi üreticilerde sadece %2,5, 26 dekar ve daha büyük araziye sahip olan üreticilerde ise %0'dır. Ayrıca 0-10 dekar arazisi olan üreticilerin %15,8'i ürettikleri ürünün dörtte birine kadar olan kısmını satarken, %5,3'ü dörtte biri ile yarısını, %18,4'ü yarısı ile dörtte üçü arasını, %28,9'u dörtte üçü ve daha fazlasını satmaktadır. Arazi genişliği 11–25 dekar arası olan çiftçilerin %5'i ürettikleri ürünün dörtte birine kadar olan kısmını satarken, %10'u dörtte biri ile yarısını, %15'i yarısı ile dörtte üçü arasını, %67,5'i dörtte üçü ve daha fazlasını satmaktadır. Yine arazi genişliği 26-50 dekar arası olan üreticilerin, %15,6'sı ürettikleri ürünün yarısı ile dörtte üçü arasını, %84,4'ü ise dörtte üçü ve daha fazlasını satmaktadır. Son olarak arazi genişliği 51 dekar ve üzeri olan üreticilerin tamamının ürettikleri ürünlerin dörtte üçü ve daha fazlasını sattıkları yapılan anket sonuçlarından ortaya çıkmıştır.

Tablo 55: Arazi Büyüklüğü ile Satılan Ürün Miktarı Arasındaki İlişki

		Dönüm	Gruplanmış Arazi Büyüklüğü					Toplam
			0-10	11-25	26-50	51-75	76-100	
Satılan Ürün Miktarı	Satmıyor	Sayı	12	1	0	0	0	13
		Gruplanmış Arazi İçinde %	31,6	2,5	0	0	0	11,1
	% 0-25	Sayı	6	2	0	0	0	8
		Gruplanmış Arazi İçinde %	15,8	5,0	0	0	0	6,8
	% 26-50	Sayı	2	4	0	0	0	6
		Gruplanmış Arazi İçinde %	5,3	10,0	0	0	0	5,1
	% 51-75	Sayı	7	6	5	0	0	18
		Gruplanmış Arazi İçinde %	18,4	15,0	15,6	0	0	15,4
	% 76-100	Sayı	11	27	27	5	2	72
		Gruplanmış Arazi İçinde %	28,9	67,5	84,4	100,0	100,0	61,5
	Toplam	Sayı	38	40	32	5	2	117
		Gruplanmış Arazi İçinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Üreticilere ürettiğiniz ürünleri nasıl pazarlıyorsunuz şeklinde bir soru sorulduğunda verilen cevaplardan; mahsullerin satışındaki en büyük oranın, %75,2 ile aracı tüccarlara yapılan satış olduğu gözlenmektedir. Köyde her ne kadar bir kooperatif bulunsa da üreticilerin kendi aralarındaki anlaşmazlıklar yüzünden bu kooperatifi iyi işletemedikleri görülmektedir. Ankete katılanlardan sadece 2 kişi (%1,4) ürününü kooperatif aracılığıyla satmayı tercih ettiğini belirtmiştir. Ayrıca üreticilerin %2,8'i ürünlerini pazara götürerek satmayı tercih ederken, %20,'sı bizzat kendileri eş dost vasıtasıyla elden satış yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 56: Ürünlerin Satış Biçimi

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Aracı Tüccara Satış	106	71,1	75,2	75,2
	Kooperatif İle	2	1,3	1,4	76,6
	Pazara Götürerek	4	2,7	2,8	79,4
	Kendim	29	19,5	20,6	100,0
	Toplam	141	94,6	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	8	5,4		
Toplam		149	100,0		

Tarımsal faaliyetlerin gerçekleştirilmesindeki en önemli girdilerin başında yer alan sulama suyu konusunda üreticilere yöneltilen “*Sulama suyunuz yeterli mi?*” sorusuna verilen yanıtlar Tablo57’de derlenmiştir. Buna göre katılımcıların %43,1’i sulama imkânlarının çok yetersiz olduğunu, %31,2’si ise sulama imkânlarının yetersiz olduğunu belirtmiştir. Sulama suyu çok yetersiz ve yetersiz diyenler birlikte düşünüldüğünde, üreticilerin %74,3 gibi çok önemli bir kısmı sulama suyunun yetersiz olduğunu belirtmektedir. Üreticilerin sadece %25,7’si orta düzeyde yeterli veya yeterli sulama imkânı olduğu belirtmiştir. Tarımsal faaliyetlerinde suya erişim imkânı olan üreticiler tarlalarının dere kenarında olmasından dolayı sulu tarım yapabildiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bu üreticiler son dönemde köyde gelişmeye başlayan kiraz üretimine öncülük eden kişilerdir.

Tablo 57: Ankete Katılan Üreticilerin Yeşilköy'deki Sulama Suyu Miktarı Hakkındaki Düşünceleri

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Çok yetersiz	62	41,6	43,1	43,1
	Yetersiz	45	30,2	31,2	74,3
	Orta düzeyde yeterli	4	2,7	2,8	77,1
	Yeterli	33	22,1	22,9	100,0
	Toplam	144	96,6	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	5	3,4		
Toplam		149	100,0		

Katılımcılara gübre ve tarımsal ilaç kullanımıyla ilgili sorular sorulduğunda, elde edilen bulgulara göre üreticilerin %26,1'inin herhangi bir tarımsal ilaç veya gübre kullanmadığı görülmüştür. Ayrıca üreticilerin %25,4'ü hayvan gübresi, %20,4'ü kimyasal gübre, %14,8'i ise organik gübre, %13,4'ünün ise bu farklı gübre türlerini değişik oranlarda kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 58: Ankete Katılan Üreticilerin Gübre ve Tarımsal İlaç Kullanım Durumları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kullanmıyor	37	24,8	26,1	26,1
	Kimyasal Gübre	29	19,5	20,4	46,5
	Organik Gübre	21	14,1	14,8	61,3
	Çiftlik (hayvan) Gübresi	36	24,2	25,4	86,6
	Kimyasal ve Organik Gübre	4	2,7	2,8	89,4
	Kimyasal ve Çiftlik Gübresi	3	2,0	2,1	91,5
	Organik ve Çiftlik Gübresi	9	6,0	6,3	97,9
	Kimyasal, organik ve çiftlik	3	2,0	2,1	100,0
	Toplam	142	95,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	7	4,7		
Toplam		149	100,0		

Üreticilerin tarımsal ilaç kullanmamalarının ardında yatan temel neden ise anketler süresince sürekli vurguladıkları girdi maliyetlerindeki yüksekliklerdir. Ayrıca bazı üreticiler de organik tarım yaptıkları için tarımsal ilaç ve kimyasal gübre kullanmamaktadır.

Dünyada tarımsal turizm faaliyetlerinin gelişmesinde önemli rol oynayan faktörlerden birisi olması nedeniyle uygulanan ankette, üreticilerin organik tarım faaliyetleri konusundaki düşüncelerini araştırmaya yönelik sorular da sorulmuştur.

Üreticilerin organik tarım hakkındaki bilgi ve düşüncelerini öğrenmek amacıyla sorulan sorulara verilen cevaplardan elde edilen bulgulara göre; üreticilerin yaklaşık yarısı (%52) organik tarım hakkında yüzeysel de olsa bilgiye sahiptir. Ayrıca katılımcıların %79,6'sı çevrelerinde organik tarım yapan üreticilerin olduğunu söylemiştir. Son olarak katılımcılara “*Organik tarım yapmayı düşünüür müsünüz?*” şeklinde soru sorulduğunda %73,6'sı evet cevabını vermiştir.

Tablo 59: Yeşilköy'deki Organik Tarım Faaliyetleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Organik tarım hakkında bilgi sahibi olan üreticiler	77	51,7	52
Çevresinde organik tarım yapıldığını belirten üreticiler	117	78,5	79,6
Organik tarım yapmayı düşünen üreticiler	109	73,2	73,6

4.2.3.2.4. Ankete Katılan Üreticilerin Hayvancılık Faaliyetleri

Hayvancılıkla ilgili sorulan sorulara verilen yanıtlardan üreticilerin sadece %11,4'ünün (17 hane) hayvancılık yaptığı belirlenmiştir. Bu sınırlı sayıdaki hayvancılık faaliyeti de daha çok üreticilerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak üzere yapılmaktadır. Anket sırasında üreticiler, sık sık eskiden hayvancılığın günümüze göre çok yoğun şekilde yapıldığını, fakat son 10 yılda artan maliyetler yüzünden köyde hayvancılığın bitme noktasına geldiğini vurgulamışlardır. Günümüzde artan et fiyatları nedeniyle hayvancılığın tekrardan karlı olmaya başlamasına rağmen, sermaye eksikliği nedeniyle hayvancılığa tekrar başlamayı düşünmedikleri de birçok üretici tarafından belirtilmiştir.

Tablo 60: Ankete Katılan Üreticilerin Hayvancılıkla Uğraşma Durumu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Uğraşmıyor	132	88,6	88,6	88,6
Uğraşıyor	17	11,4	11,4	100,0

Katılımcılara hangi hayvanları yetiştirdikleri sorulduğunda alınan cevaplardan, 2 hanenin süt sığırcılığı yaptığı, 3 hanenin koyun, 11 hanenin keçi yetiştirdiği, 5 hanenin tavuk beslediği ve son olarak iki hanenin de arıcılık faaliyetlerinde bulunduğu bilgisine ulaşılmıştır. Tablo 61.'de bu kişilerin köydeki nüfus ve hayvancılıkla uğraşan nüfus içindeki oransal dağılımları verilmiştir.

Tablo 61: Yetiştirilen Hayvan Türleri

	Frekans	Köyde %	Hayvancılık Yapanlar İçinde %
Süt Sığırcılığı	2	1,3	11,8
Koyun	3	2	17,6
Keçi	11	7,3	64,7
Tavuk	5	3,4	29,4
Arıcılık	2	1,3	11,8

Çalışmada hayvancılıkla uğraşanların hane bazında hangi hayvandan ne kadar yetiştirdikleri ve aldıkları ürün miktarları ayrıntılarıyla tespit edilmiştir. Anket bulgularına göre; genel olarak ailelerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla hayvancılık yaptıkları, yapılan hayvancılıktan ticari olarak faydalanan aile sayısının sınırlı olduğu görülmektedir. Köyde 1 hane ortalama 500 tavuk besleyerek özel bir firma için tavuk yetiştiriciliği yaparken, 2 aile 50'şer keçi besleyerek keçi sütü satmaktadır. Ayrıca köyde 2 ailenin arı kovanları bulunmakta olup, yılda ortalama 3 teneke bal üretmektedirler. Son olarak köyde koyun besleyen aileler bunu kurbanlık olarak kendi ailelerinin ve akrabalarının ihtiyaçları için beslediklerini ifade etmişlerdir.

4.2.3.2.5. Mozaik Üretimi ve Köyün Yeterince Değerlendirilmeyen Potansiyelleri

Üreticiler için önemli bir tarım dışı gelir kaynağı olan mozaik üretimi çalışma konusu olan köyde gerek bireysel olarak gerekse kooperatif aracılığıyla yapılmaktadır. Ankete katılanlara mozaik üretip üretmedikleri sorulduğunda; 21 kişinin (%14,4) faal olarak mozaik ürettiği bilgisi alınmıştır. Özellikle çalışma konusu açısından daha fazla önem arz eden 26-55 yaş grubundaki katılımcılar incelendiğinde bu oranın %20,3'e çıktığı gözlenmektedir. Üreticilerle yapılan görüşmelerden bazı kişilerin kooperatiflere güvenmedikleri ve birlikte hareket edip ortak bir pazarlama/satış faaliyeti gerçekleştirmek yerine, ürettikleri mozaikleri bireysel olarak satma yolunu tercih ettikleri öğrenilmiştir. Bu durum da sonuçta fiyat rekabetini getirip üreticilerin gelirleri üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır.

Tablo 62: Ankete Katılan Üreticilerin Mozaik Üretimi Yapma Durumları

		Tüm Katılımcılar				26-55 Yaş Grubu			
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Hayır	125	83,9	85,6	85,6	59	76,6	79,7	79,7
	Evet	21	14,1	14,4	100,0	15	19,5	20,3	100,0
	Toplam	146	98,0	100,0	100,0	74	96,1	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	3	2,0			3	3,9		
Toplam		149	100,0			59	76,6	79,7	79,7

Katılımcılara “köyünüzün yeterince değerlendirilmediğini düşündüğünüz potansiyelleri nelerdir” şeklinde bir soru sorulmuş ve alınan yanıtlar Tablo 63’de gruplandırılmıştır. Bu çerçevede 99 katılımcı (%68,8) orman ürünlerinden köyün ve köylülerin yeterince istifade edemediğini, 113 katılımcı (%78,5) köyde daha önceleri çok daha yoğun biçimde yapılan hayvancılığın geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Soruları yanıtlayanlardan 100 kişi (%69,9) meyve sebze üretiminin geliştirilebileceğini fakat bunun için öncelikle sulama suyu probleminin aşılması gerektiğini belirtmiştir. Üreticilerin büyük bir kısmı, zaten en çok üretilen ürünün zeytin olması nedeniyle köyün zeytincilik potansiyelinin yeterince değerlendirildiğini düşünmektedir. Sadece 59 kişi (%41) zeytinin yeterince değerlendirilmediğini

vurgulamıştır. Ankete katılanlardan 89 kişi (%61,8) üzüm ve şarap üretiminin yeterince değerlendirilmediğini belirtmekle beraber, yanıtlayanların bazıları şarapçılık konusuna dini nedenlerle biraz daha çekimser yaklaşmıştır. Bu çalışmanın konusunu oluşturan tarımsal turizm ile ilgili soruda; 104 kişi (%72,2) “*tarımsal turizmi ve turizmi*” köyün yeterince değerlendirilmeyen potansiyellerinden biri olarak seçmiştir. Yine katılımcılardan 92 kişi (%63,9) el sanatları ve mozaik üretiminin daha fazla yapılabileceğini ve köyün bu potansiyelini daha iyi kullanması gerektiğini belirtmiştir. Bununla birlikte üreticilerin bazıları, üretilen mozaiklerin satışı ve pazarlaması konusunda bazı güçlükler yaşandığını ve öncelikle bu sorunun giderilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Son olarak diğer seçeneğini işaretleyen katılımcılar; halıcılık, arıcılık, özellikle bayanlar için her türlü kumaş işleme türündeki tekstil işlerinin, havuz balıkçığının, kültür mantarı üretiminin ve köydeki işsiz genç işgücünün değerlendirilmeyen potansiyeller olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 63: Ankete Katılan Üreticilerin Yeşilköy’ün Yeterince Değerlendirilemeyen Potansiyelleri Olarak Belirttikleri Faaliyetler

POTANSİYEL	Yanıtsız	Frekans	Yüzde
Orman Ürünleri	5	99	68,8
Hayvancılık	5	113	78,5
Meyve sebze üretimi	6	100	69,9
Zeytin	5	59	41
Üzüm Şarap Üretimi	5	89	61,8
Tarımsal Turizm	5	104	72,2
El Sanatları/Mozaik Üretimi	5	92	63,9
Diğer	9	14	10

“Köyün yeterince değerlendirilmediğini düşündüğünüz potansiyelleri nelerdir?” şeklinde sorulan soruya verilen yanıtların yaş gruplarıyla olan ilişkisini saptamak için oluşturulan çapraz tablo ve yapılan ki-kare testleri aşağıdaki Tablo 64’de gösterilmiştir. Buna göre, tablodan da görüldüğü gibi, $P>0,05$ olduğundan iki değişken arasında ilişki bulunmadığı, katılımcıların köyün değerlendirilmediğini düşündükleri potansiyellerinin, yaş grupları itibarıyla değişmediği ortaya çıkmaktadır.

4.2.3.3. Ankete Katılan Üreticilerin Çiftçilik Mesleği Hakkındaki Tutum ve Düşünceleri

Üreticilerin çiftçilik mesleği hakkındaki tutumlarını ölçmek için beşli Likert tipinde (1.Hiç uygun değil, 5. Çok uygun) sorulan sorulara verdikleri yanıtların, SPSS 16.0 programında ortalamaları alınmıştır. Verilerin güvenilirliği için yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha⁵²³ 0,704 olarak kabul sınırları içinde bulunmuştur. Üreticilerin çiftçilik mesleği hakkındaki tutumu için 0,95 standart sapma ile 2,49 değeri bulunmuştur. Yine çiftçilik mesleğine yönelik tutumları hakkında fikir edinmek için sorulan “*Geçen üretim döneminde tarımla ilgili kaç toplantı, seminer veya tarla gününe katıldınız?*” şeklindeki soruya; katılımcıların %65,9'u hiç, %22'si 1, %6,1'i 2, %3'ü 3, %1,5'ise 4 veya 5 etkinliğe katıldım şeklinde yanıt vermiştir.

Çalışmada üreticilerin tarımsal faaliyetlerini (gelirlerini) etkileyebilecek faktörler konusunda düşünceleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların verdiği yanıtlara göre aşağıdaki Tablo 65 oluşturulmuştur. Tablodan da görüldüğü üzere üreticilerin tarımsal faaliyetlerini ve gelirlerini en çok etkileyen faktör %83,7 ile girdi maliyetlerindeki değişimlerdir. Katılımcılar anket sırasında özellikle son dönemde ürettikleri bir litre zeytinyağı ile 1 litre motor yağı alamadıklarını vurgulayarak girdi maliyetlerindeki artışın gelirleri üzerinde ciddi bir baskı yarattığını belirtmişlerdir. Tarımsal üretimde önemli bir sorun olan hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi %82,8 ile ikinci önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürün fiyatlarındaki değişiklikler de %82,3 ile tarımsal faaliyetleri ve gelirleri etkileyen üçüncü önemli unsurdur. Ülkenin ekonomik durumundaki değişiklik de %76,7 ile üreticilerin gelirlerini en fazla etkileyen dördüncü önemli faktördür. Ürünlerin verimindeki değişme, %71,3 ile tarımsal faaliyetleri ve gelirleri en fazla etkileyen faktörler arasında beşinci sırada gelmektedir. Bu faktörü izleyen altıncı sıradaki gübre kullanımı (%70,4), yedinci sıradaki arazi ve iklim gibi doğal koşullar (%69'8) ve sekizinci sırada yer alan ilaç kullanımı (%64,6) aynı zamanda

⁵²³ Güvenilirlik analizlerinde Scale α güvenilirlik katsayısının 0,70'den büyük olması istenmektedir. Geniş bilgi için bkz. Ali Özdemir, **Yönetim Bilimlerinde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları**, Beta Yayınları, 2008. s.291.

ürün verimliliğini de doğrudan etkileyen faktörlerdir. Anket bulgularına göre, ürünlerin satış zamanı %53,6 ile tarımsal gelirleri en fazla etkileyen dokuzuncu sıradaki faktördür. Özellikle büyük üreticiler için geçerli olan zeytinyağını bekletip fiyatlar yükseldiği zaman satmak, ya da üzümleri kurutup satmak üreticilerin gelirlerini etkilemektedir. Üreticiler, ürün verimliliğini doğrudan etkileyen diğer bir etken olan “üretim tekniği hakkında bilgi sahibi olmayı” %52,4 ile gelirlerini en fazla etkileyen onuncu faktör olarak belirtmişlerdir. Katılımcılara göre, “ürünlerini pazarlama olanağı” ve “satış garantisi” %51,2 ile tarımsal faaliyetleri ve gelirleri en fazla etkileyen on birinci faktör olmakla beraber; kendilerinin, pazarlama faaliyetlerini ne kooperatif aracılığıyla ne de bireysel olarak iyi yönetemediklerini de belirtmişlerdir.

Yine Tablo 65’den görüldüğü üzere, üreticilerin tarımsal faaliyetlerini ve gelirlerini etkilemeyen veya en az etkileyen faktörler arasında birinci sırada %76,0 ile “çevredeki çiftçilerin yetiştirdiği ürünler” yer almaktadır. Katılımcılar, üreticiler arasında bir rekabet ve/veya rekabete dayalı fiyat indirimleri yaşanmadığını belirtmişlerdir. “Arazi fiyatlarındaki değişim” de üreticilerin gelirlerini ve tarımsal faaliyetlerini en az etkileyen veya hiç etkilemeyen faktörler arasında %73,8 ile ikinci sırada gelmektedir. “Firmaların ve tüccarların önerileri” %62,9 ile üçüncü sırada yer alan bir diğer faktördür. Kredi veya borç alma kolaylığı da üreticilerin gelirleri ve tarımsal faaliyetleri üzerinde en az etkide bulunan faktörler arasında dördüncü sıradadır. Katılımcılar, geçmiş dönemlerde aldıkları borçları ödemede çok sıkıntı çektikleri için bankalardan borç almayı çok fazla tercih etmediklerini belirtmişlerdir. “İş gücünün sınırlılığı” konusu da tarımsal faaliyetleri ve gelirleri en az etkileyen unsurlar arasında %57,1 ile beşinci sıradadır. Bunun da nedeni yüksek işsizlik oranı ile köyden kente göç edenlerin büyük bir kısmının İzmir ve çevre ilçelerinde yaşıyor olup, hasat zamanlarında gerek izin alarak gerekse hafta sonu tatillerinde üretime katılıyor olmasıdır. Son olarak “ziraat mühendislerinin ve teknikerlerinin önerisi” üreticilerin tarımsal faaliyetlerini en az etkileyen faktörler sıralamasında %53,2 ile altıncı sıradadır. Anket süresince katılımcılar ziraat mühendislerinin köylerine son birkaç senede hiç uğramadıklarını bu yüzden onlardan herhangi bir bilgi ve öneri alamadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, yukarıda belirtilen katılımcıların

%65,9'unun geçtiğimiz son 1 yıl içinde herhangi bir toplantı, seminer ve tarla gününe katılmamasının nedeni olarak da değerlendirilebilir.

Tablo 65: Ankete Katılan Üreticilerin Tarımsal Faaliyetleri (Gelirleri) Etkilediğini Düşündükleri Faktörler ve Etkileme Düzeyleri
(1-Hiç etkilemez 2-Az etkiler 3-Ne az ne çok 4-Fazla etkiler 5-Çok fazla etkiler)

Etkileyen Faktörler	Etkileme Düzeyi					
	Etkilemez /Az Etkiler		Ne Çok Ne Az Etkiler		Fazla/ Çok Fazla Etkiler	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
1.Ülkenin ekonomik durumundaki değişiklik	15	11,3	16	12,0	102	76,7
2.Girdi maliyetlerindeki değişiklikler	14	10,9	7	5,4	108	83,7
3.Ürün fiyatlarındaki değişiklikler	15	11,5	8	6,2	107	82,3
4.Ürünün satış zamanı	33	26,0	26	20,5	68	53,6
5.Ürünlerin depolanabilirlik durumu	51	39,8	27	21,1	50	39,1
6.Ürünlerin verimindeki değişiklikler	22	17,1	15	11,6	92	71,3
7.Üretim tekniği hakkında bilgi sahibi olma	31	24,6	29	23,0	66	52,4
8.Hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi	13	10,2	9	7,0	106	82,8
9.Arazi fiyatlarındaki değişiklikler	93	73,8	7	5,6	26	21,6
10.İşgücünün sınırlılığı	72	57,1	14	11,1	40	19,0
11.Ürünü Pazarlama Olanağı-Satış garantisi	44	34,6	18	14,2	65	51,2
12.Doğal Koşullar (arazi-iklim)	28	22,2	10	7,9	88	69,8
13.Çevredeki çiftçilerin yetiştirdiği ürün	95	76,0	11	8,8	19	15,2
14.Kredi/borç alma kolaylığı	79	62,7	7	5,6	40	21,7
15.Ziraat Müh./Tek. Önerisi	16	53,2	17	13,7	41	33,1
16.Firmaların ve tüccarların önerisi	78	62,9	14	11,3	32	25,8
17.Gübre kullanımı	27	21,6	10	8,0	88	70,4
18.İlaç kullanımı	36	27,7	10	7,5	84	64,6

Tablo 65’den çıkan ilginç bir sonuç ise, 5 numaralı soru olan “*ürünlerin depolanabilirlik durumu*” na verilen cevapların dağılımıdır. Zeytinyağı ile üzüm/kuru üzüm üretimi yapan bir köyde katılımcıların % 39’8’i etkilemez veya az etkiler,

%21,2'si ne çok ne az etkiler, %39,1'i fazla veya çok fazla etkiler seçeneğini işaretlemiştir. Bu dağılımın nedeni de aslında anket sürecinde üreticiler tarafından *“acil para ihtiyacı nedeniyle elimizdeki ürünleri bekletmeden satmak zorunda kalıyoruz”* şeklinde açıklanmıştır.

Yukarıda ortaya konulmaya çalışılan tarımsal faaliyetleri ve gelirleri etkileyen faktörlere karşı hangi önlemlerin alınması gerektiği konusunda üreticilerin düşüncelerinin öğrenilmesi için aşağıdaki Tablo 66.'daki sorular sorulmuştur. Buna göre, katılımcıların %62,7'sinin birden çok ürün üretilmesini tercih ettiği görülmektedir. Bu üreticilerin son dönemdeki davranış biçimiyle de örtüşmektedir. Zeytinyağından umdukları geliri elde edemeyen çiftçilerin kiraz yetiştirmeye başlaması pratikte bu sonucu doğrular niteliktedir. Ürünlerin depolanarak farklı zamanlarda piyasaya sunulmasına üreticilerin %59,2'si evet demekle beraber, çok büyük bir kısmı ekonomik nedenlerle mahsullerini hemen elden çıkarmak zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir. “Pazar hakkında bilgi sahibi olma” şikkını katılımcıların %49,2'si işaretlemiştir. Bu çalışmanın konusu içinde son derece önemli bir soru olan *“tarım dışı alanlara yatırım yapma”* ifadesini katılımcıların %44,4'ü onaylamakla beraber, bu oran tarımsal turizme verilen desteği ölçmek için sorulan sorulara verilen olumlu cevapların altında kalmaktadır. Katılımcılar ile yapılan diyaloglardan da anlaşıldığı üzere bu oranın düşük çıkmasının ardında yatan temel neden, üreticilerin çok büyük bir kısmının ciddi ekonomik sıkıntı içinde olmaları ve herhangi bir yatırımı bu koşullar altında finanse etmeyi düşünmemeleridir. Katılımcıların %72,2'si gelirlerini arttırmak için ürünlerini mamul haline getirip işleyerek satmayı uygun bulduklarını söylemiştir. Üreticiler kendi sofralık tüketim ihtiyaçları için olan zeytini ayırdıktan sonra geri kalanından zeytinyağı elde etmektedirler. Katılımcıların %58,5'i tarımsal üretimi arttırmak için yoğun girdi kullanılması gerektiğini belirtmekle beraber, gelir durumu yüksek olanlar hariç birçok aile istedikleri seviyede kaliteli ve yoğun girdi kullanamadıklarını da ifade etmişlerdir. Katılımcıların %52,8'i yeni üretim tekniklerinin kullanılmasının tarımsal üretimi arttırmak için alınabilecek önlemler içinde olduğunu belirtirken, %54,5'i kooperatifleşmenin gerekli olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların hemen hepsinin kooperatifleşmenin olumlu olduğunu belirtmelerine rağmen *“biz bu işi beceremedik”*

diyerek köylerindeki mevcut kooperatife soğuk bakmaktadırlar. Kooperatifleşmeye verilen desteğin çok daha yüksek çıkmamasının arkasında geçmişte yaşadıkları olumsuz deneyimlerin bulunduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların yarısı, uygun fiyattan girdilerin önceden depolanmasını gelirleri arttıracak önlemlerden biri olarak işaret etmekle birlikte, yine içinde bulundukları ekonomik darboğaz dolayısıyla köyde kimsenin bu yola başvurmadığını belirtmişlerdir. “*Aile bireylerinin köy dışında çalışması*” da katılımcıların %52,8’i tarafından gelir arttırıcı bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Bu sonuç da “*ailenizden kente göç eden var mı?*” sorusuna verilen %51’lik evet cevabıyla örtüşmektedir. Son olarak katılımcıların sadece %27,6’sı sözleşmeli tarım yapmaya evet demiştir. Bu oranın düşük çıkmasının nedeni ise üreticilerle yapılan diyaloglardan anlaşıldığı üzere karşılarındaki muhatap firmalara güven duymamalarıdır.

Tablo 66: Ankete Katılan Üreticilerin Tarımsal Üretimi (Gelirleri) Etkilediğini Belirttikleri Faktörlere Karşı Almayı Düşündükleri Önlemler

Önlemler	Tüm Katılımcılar		26-55 Yaş Grubu	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Birden çok ürünün üretilmesi	79	62,7	48	72,7
Ürünleri depolayarak farklı zamanlara satmak	74	59,2	41	62,1
Pazar hakkında bilgilenmek	61	49,2	37	56,1
Tarım dışı alanlara yatırım yapmak	56	44,4	31	47
Ürünleri mamul haline getirip işleyerek satmak	91	72,2	45	68,2
Yoğun girdi kullanımı (gübre, ilaç, kaliteli tohum)	72	58,5	37	56,9
Yeni üretim teknikleri kullanmak	65	52,8	34	52,3
Kooperatifleşmek	67	54,5	36	55,4
Uygun fiyattan girdileri önceden depolamak	61	50,0	34	52,3
Aile bireylerinin köy dışında çalışması	66	52,8	38	49,4
Sözleşmeli üretim yapmak	34	27,6	17	26,2

Tablo 66’da tarımsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde özellikle önem arz eden 26-55 yaş arasındaki katılımcıların görüşlerinin nasıl olduğunu ortaya koyabilmek için 26-55 yaş arasında olmayan katılımcılar SPSS 16.0 programıyla dışlandıktan sonra, alınan cevaplar tekrar frekans analizine tabi tutulmuş ve elde edilen sonuçlar tabloya eklenmiştir. Tablodan da gözlemlendiği üzere 26-55 yaş grubu katılımcılar genel olarak tüm katılımcılarla benzer düşünmektedir. Bunun iki istisnası “*Birden çok ürünün üretilmesi*” ve “*Pazar hakkında bilgilenmek*” cevaplarında gözlenmektedir. 26-55 yaş arası katılımcılar, tüm katılımcıların dağılımından 10

puan artışıla “*Birden çok ürünün üretilmesi*” şikkını tercih ederken; 6,9 puan artışıla “*Pazar hakkında bilgilenmek*” şikkını tercih etmişlerdir. Diğer tüm cevaplarda gözlemlenen farklılık 5 puanın altındadır. Üreticilerin tarımsal turizm faaliyetlerine bakışlarını değerlendirmek açısından önem arz eden “*Tarım dışı alanlara yatırım yapmak*” şikkını işaretleyen katılımcılar değerlendirildiğinde ortaya çıkan 2,6 puanlık artış, 26-55 yaş arasındaki katılımcıların tarım dışı alanlara yatırım yapma konusunda üreticilerin genelinden farklı düşünmedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Tarımsal faaliyetleri ve gelirleri etkileyen faktörlere karşı alınması gereken önlemlere evet cevabını veren katılımcıların eğitim düzeyini belirlemek için oluşturulan çapraz tablonun son sütununda alınması tercih edilen önlemler ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkiyi saptamak için yapılan ki-kare testleri sonuçlarının P değerleri verilmiştir. Buna göre sadece “*birden çok ürünün üretilmesi*” ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki ($p:0,021 < 0,05$ olduğundan) bulunmuştur. Tablo 67’den de görüldüğü üzere eğitim seviyesi arttıkça birden çok ürünün üretilmesi seçeneğini işaretleyenlerin sayısı ve oranı azalmaktadır. “*Birden çok ürünün üretilmesi*” seçeneğini tercih eden katılımcıların sadece %22,8 (18 kişi) ortaokul ve üzeri eğitim seviyesine sahiptir. Verilen diğer cevaplar ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında bir ilişki saptanmamıştır.

Tablo: 67. Tarımsal Faaliyetleri ve Gelirleri Etkileyen Faktörlere Karşı Alınması Gereken Önlemler ve Eğitim Düzeyi Arasındaki İlişki

Önlemler	EĞİTİM DÜZEYİ													
	Okur Yazar Değil		Okur Yazar		İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Toplam	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	P
Birden çok ürünün üretilmesi	1	1,3	4	5,1	56	70,9	11	13,9	7	8,9	0	0	79	100 0,021
Ürünleri depolayarak farklı zamanlara satmak	1	1,4	7	9,5	46	62,2	9	12,2	9	12,2	2	2,7	74	100 0,366
Pazar hakkında bilgilenmek	0	0	4	6,6	41	67,2	8	13,1	7	11,5	1	1,6	61	100 0,356
Tarım dışı alanlara yatırım yapmak	1	1,8	2	3,6	40	71,4	5	8,9	7	12,5	1	1,8	56	100 0,354
Ürünleri mamul haline getirip işleyerek satmak	1	1,1	7	7,7	62	68,1	11	12,1	8	8,8	2	2,2	91	100 0,508
Yoğun girdi kullanımı (gübre, ilaç, kaliteli tohum)	1	1,4	6	8,3	49	68,1	7	9,7	7	9,7	2	2,8	72	100 0,878
Yeni üretim teknikleri kullanmak	1	1,5	4	6,2	46	70,8	7	10,8	6	9,2	1	1,5	65	100 0,612
Kooperatifleşmek	1	1,5	2	3	46	68,7	7	10,4	9	13,4	2	13	67	100 0,213
Uygun fiyattan girdileri önceden depolamak	1	1,7	6	10	38	63,3	7	11,7	6	10	2	3,3	60	100 0,979
Aile bireylerinin köy dışında çalışması	0	0	3	4,5	48	72,7	7	10,6	6	9,1	2	3	66	100 0,651
Sözleşmeli üretim yapmak	0	0	0	0	23	67,6	5	14,7	4	11,8	2	5,9	34	100 0,397

4.2.3.4. Ankete Katılan Üreticilerin Göç Durumu

Üreticilerin kente göç durumuyla ilgili bilgi almak için sorulan sorulara verilen yanıtlardan, köydeki her iki haneden birinde çocukların kente göç ettikleri yanıtı alınmıştır. Ayrıca köyde kalan gençlerin önemli bir kısmı her gün Kemalpaşa veya Torbalı'ya çalışmak için gidip gelmektedir.

Tablo 68: Ankete Katılan Üreticilerin Ailelerinin Kente Göç Etme Durumu

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Göç eden yakını yok	72	48,3	49,0	49,0
	Göç eden yakını var	75	50,3	51,0	100,0
	Toplam	147	98,7	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	2	1,3		
Toplam		149	100,0		

Kente göç edenlerin hangi kentlere göç ettiği sorusuna alınan cevaplar derlendiğinde, göç edenlerin %79,2'sinin İzmir ve ilçelerine, geri kalan %21,8'inin Ankara, Çanakkale, İstanbul, Uşak, Manisa, Karabük ve Denizli'ye göç ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Kente göç edenlerin ne tür işler ile uğraştıkları sorusuna verilen yanıtlar oldukça geniş bir meslekler grubunu oluşturmaktadır. Buna göre kente göç edenler; doktor, hemşire, eczacı, öğretim görevlisi, memur, öğretmen, muhasebeci, esnaf, şoför ve çeşitli sektörlerde işçi olarak çalışmaktadır.

“Ailenizden kente göç eden var mı?” sorusuna evet cevabını veren katılımcılara yöneltilen, *“Kente göç eden yakınlarınıza yardım yapıyor musunuz?”* sorusuna 33 kişi (%45,8) evet cevabını vermiştir. *“Bu yardımlar nelerdir?”* şeklinde sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar derlendiğinde, zeytin, zeytinyağı, üzüm, kiraz gibi gıda ürünleri, yakacak yardımı ve çocuklarının kredi/kredi kartı borçlarının ödenmesi şeklinde yardımlar yapıldığı görülmüştür.

Tablo 69: Ankete Katılan Üreticilerin Kente Göç Eden Yakınlarına Yardım Etme Durumu

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Hayır	39	52,0	54,2	54,2
	Evet	33	44,0	45,8	100,0
	Toplam	72	98,0	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	3	2,0		
Toplam		75	100,0		

“Ailenizden kente göç eden var mı?” sorusuna evet cevabını veren katılımcılara yöneltilen, “Kente göç eden yakınlarınızdan yardım alıyor musunuz?” şeklindeki soruya katılımcıların %84,5’i (60 kişi) hayır cevabını verirken %15,5’i (11 kişi) evet cevabını vermiştir. “Evet” cevabını veren katılımcılara “Evet ise nasıl?” şeklinde yöneltilen açık uçlu soruya verilen yanıtlardan; kente göç eden yakınlarından para desteği ve tarımsal faaliyetlerde çalışmak için işgücü desteği aldıkları görülmektedir.

Tablo 70: Ankete Katılan Üreticilerin Kente Göç Eden Yakınlarından Yardım Alma Durumu

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Hayır	60	80,0	84,5	84,5
	Evet	11	14,6	15,5	100,0
	Toplam	71	94,6	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	4	5,4		
Toplam		75	100,0		

“Ailenizden kente göç eden var mı?” sorusuna evet cevabını veren katılımcılara yöneltilen, “Köye ne sıklıkla geliyorlar?” sorusuna verilen cevaplara göre, kente göç edenlerin %16,9’u haftada 1 kez, %26,8’i ayda 2 kez, %29,6’sı ayda 1 kez, %19,7’si yılda birkaç kez, %7’si ise yılda 1 kez veya daha seyrek olarak köylerini ziyaret etmektedirler.

Tablo 71: Kente Göç Edenlerin Köye Gelme Sıklıkları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Haftada 1	12	16,0	16,9	16,9
	15 günde 1	19	25,3	26,8	43,7
	Ayda 1	21	28,0	29,6	73,2
	Yılda birkaç kez	14	18,7	19,7	93,0
	Yılda 1 veya daha seyrek	5	6,7	7,0	100,0
	Toplam	71	94,7	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	4	5,3		
Toplam		75	100,0		

Yukarıdaki son üç tablo birlikte değerlendirildiğinde, köyden kente göç edenlerin ekonomik sorunlarının tamamının çözülmediği ve kente göç eden köylülerin %45,8'inin köydeki yakınlarının aynı ve/veya nakdi desteğine ihtiyaç duydukları görülmektedir. Özellikle, İzmir ve ilçelerine göç etmiş olan köylülerin sıklıkla köylerini ziyaret ettikleri ve köy yaşamıyla bağlarını tam olarak koparmadıkları görülmektedir. Ayrıca bu kişiler, gerek bu hafta sonu yapılan ziyaretlerde, gerekse diğer izin ve geçici işsizlik gibi durumlarda köyde yapılan tarımsal etkinliklere katılarak köydeki tarımsal üretime de katkıda bulunmaktadır.

Özellikle gençlerin köyde kalıp kalmadıklarını öğrenmek için sorulan “*Genç nüfus köyde mi kalıyor?*” sorusuna Tablo 72.’de de görüldüğü üzere katılımcıların %87,8’i (129 kişi) hayır cevabını vermiştir.

Tablo 72: Yeşilköy’de Genç Nüfusun Köyde Kalma Durumu

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Hayır	129	86,6	87,8	87,8
	Evet	18	12,1	12,2	100,0
	Toplam	147	98,7	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	2	1,3		
Toplam		149	100,0		

Katılımcılara “*Gençlerin köyde kalması için neler yapılabilir?*” şeklinde sorulan açık uçlu soruya verdikleri cevaplar derlendiğinde ortaya çıkan talepler ve öneriler;

- Gençlerin köyde kalması için tarımsal faaliyetlerin yeterince gelir getirmesi,
- Yeni iş olanaklarının yaratılması ve daha iyi sosyal güvenlik imkanlarının sağlanması,
- Köyün sulama sorununun çözülmesi,
- Köye yakın bir yerde fabrika ve/veya sanayi imkanlarının olması,
- Mozaik, el sanatları, turizm gibi ek gelir getirecek iş olanaklarının yaratılması şeklindedir.

Son olarak katılımcılara “*Eğer yeterli bir ekonomik geliriniz olursa köyde yaşamaya devam eder misiniz?*” sorusu yöneltildiğinde, yanıt verenlerin %96,6’sı (138 kişi) evet cevabını vermiştir. Bu sonucu kente göç eden ailelere sorulan “*Köye ne sıklıkla geliyorlar?*” sorusuna verilen cevaplardan elde edilen (%73,2’lik en az ayda bir kez) oranla birlikte değerlendirdiğimizde; köylülerin aslında kente göçü ekonomik bir zorunluluktan tercih ettikleri ve kırsal alandaki hayatlarından vazgeçmek istemedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 73: Ankete Katılan Üreticilerin Köyde Yaşamayı İsteme Oranı

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Hayır	5	3,4	3,4	3,4
	Evet	138	94,6	96,6	100,0
	Toplam	146	98,0	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	3	2,0		
Toplam		149	100,0		

4.2.3.5. Ankete Katılan Üreticilerin Sosyo-Kültürel Yapısı

Bu bölümde, turizm faaliyetleri açısından kritik önem arz eden yabancı dil bilme ve güncel medyanın izlenmesi konuları hakkında üreticilerin durumunu değerlendirmek için sorulan sorulara alınan yanıtlar derlenmiştir.

Ankete katılanların yabancı dil bilme durumu araştırıldığında aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Araştırmaya katılanların %75'i (111 kişi) ailelerinde (hanelerinde) yabancı dil bilen olmadığını belirtirken, %25'i (37 kişi) ise ailelerinde yabancı dil bilen olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcılara kendilerinin ve/veya aile fertlerinin bildikleri yabancı dil sorusu sorulduğunda alınan yanıtlardan 34 kişinin İngilizce, 2 kişinin Almanca, 1 kişinin Fransızca, 2 kişinin Rusça, 1 kişinin Çince, 2 kişinin Arapça ve 1 kişinin de Latince bildiği öğrenilmiştir.

Tablo 74: Yeşilköy'de Yabancı Dil Bilme Durumu

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Hayır	111	74,5	75,0	75,0
	Evet	37	24,8	25,0	100,0
	Toplam	148	99,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	1	0,7		
Toplam		149	100,0		

Katılımcıların gazete okuma alışkanlıklarına yönelik sorulan sorulara verdikleri cevaplara göre; %14,1'inin (21 kişi) hiç gazete okumadığı, %46,3'ünün (69 kişi) her gün, %10,7'sinin (16 kişi) haftada 3-4 kez, %17,4'ünün (26 kişi) ayda 2-3 kez gazete okuduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulgularından köy halkının yaklaşık %86'sının gazete okuduğu ve yaklaşık yarısının da her gün gazete okuduğu görülmektedir.

Tablo 75: Araştırmaya Katılanların Gazete Okuma Alışkanlığı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Okumuyor	21	14,1	14,1	14,1
Her gün	69	46,3	46,3	60,4
Haftada 3-4 kez	16	10,7	10,7	71,1
Haftada 1 kez	17	11,4	11,4	82,6
Ayda 2-3 kez	26	17,4	17,4	100,0
Toplam	149	100,0	100,0	

Katılımcılara gazeteyi nerede okudukları sorusu yöneltildiğinde; cevap veren bireylerin %35,2 si ev, %60,9'u kahve, %3,9'u ise diğer seçeneğini yanıtlamıştır. Diğer seçeneğini işaretleyen 5 kişinin tamamı gazeteleri internet üzerinden okuduklarını belirtmişlerdir. Gerek 5 hanede internetin olması, gerekse köy kahvesinde yapılan görüşmeler esnasında değişik gazetelerin izlendiğinin gözlenmesi köylülerin medyayı ve güncel haberleri düzenli takip ettiğinin birer göstergesidir. Yeniliklerin benimsenmesi ve yayılmasında önemli bir etken olan gazete okuma alışkanlığının yüksek olması tarımsal turizm gibi kırsal kalkınma uygulamalarının kabul edilip hayata geçirilmesinde önemli bir etken olarak değerlendirilebilir.

Tablo 76: Araştırmaya Katılanların Gazeteyi Okuduğu Mekan

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Evde	45	30,2	35,2	35,2
	Kahvede	78	52,3	60,9	96,1
	Diğer	5	3,4	3,9	100,0
	Toplam	128	85,9	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	21	14,1		
Toplam		149	100,0		

Araştırmaya katılanların televizyon izleme alışkanlıklarını belirlemek için sorulan sorulardan elde edilen bulgular aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, Cumalı ve Yeşilköy'de çok sayıda televizyon kanalının (Tablo 77) izlendiği görülmektedir. Ancak araştırmaya katılanların en fazla izledikleri kanalların TRT, Kanal D, Atv ve Star olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 77: Araştırmaya Katılanların İzledikleri Televizyon Kanalları

TV KANALLARI	FREKANS	YÜZDE
TRT	85	57,0
Kanal D	90	60,4
Atv	72	48,3
Star	61	40,9
Show	44	29,5
Fox	40	26,8
Samanyolu	53	35,6
Kanal 7	43	28,9
Ulusal Kanal	17	11,4
Art	18	12,1
Haber Türk	47	31,5
Ntv	28	18,8
Cnn Türk	40	26,8
Toprak Tv	22	14,8
Yaban Tv	28	18,8
Diğer	21	14,1

Katılımcıların en çok hangi programları izledikleri araştırıldığında, en fazla (%73,2) haberlerin izlendiği görülmektedir. Daha sonra %45 ile televizyon dizileri, %38,9 ile filmler tercih edilmektedir. Üreticilerin çevre bilincinin artması ve kültürel gelişimi için önem arz eden belgesellerin tercih oranı %24,2 ile beşinci sıradadır. Ayrıca tarım hakkında yeni ve pratik bilgiler edinebilecekleri tarım programlarının izlenme oranı ise %14,1 ile tablonun en altında yer almaktadır.

Tablo 78: Araştırmaya Katılanların İzledikleri Televizyon Programları

TERCİH SIRASI	TV PROGRAMLARI*	FREKANS	YÜZDE
1	Haberler	109	73,2
2	Dizi	67	45
3	Film	58	38,9
4	Spor Programları	44	29,5
5	Belgesel	36	24,2
6	Eğlence Programları	33	22,1
7	Kadın Programları	25	16,8
8	Müzik	25	16,8
9	Tartışma Programları	24	16,1
10	Yarışma Programları	22	14,8
11	Tarım Programları	21	14,1
12	Diğer	5	3,4

* Çoklu cevap

4.2.3.6. Ankete Katılan Üreticilerin Çevre Bilinci ve Çevreye Karşı Tutumu

Turizm açısından en önemli konulardan birini oluşturan çevre konusundaki üreticilerin bilinç düzeylerini ölçmek için, katılımcılara beşli Likert ölçeğinde (5- Tamamen katılıyorum, 1- Hiç katılmıyorum) aşağıdaki 19 soru sorulmuştur

- *Yakın yerlerdeki sanayileşmenin toprak, hava ve su kirliliğine etkisi vardır.*
- *Gübre kullanımının çevreye olumsuz etkisi vardır.*
- *Tarımsal ilaç kullanımının çevreye olumsuz etkisi vardır.*
- *Güvenli düzeyde veya minimum düzeyde tarımsal ilaç kullanılmalıdır.*
- *Aşırı sulama bitkilere ve toprağa zararlıdır.*
- *Yeraltı sularında eskiye göre bir azalma vardır.*
- *Sulama sayısında eskiye göre bir azalma vardır.*
- *İnsanların doğaya müdahale etmesi genellikle felaket getiren sonuçlar doğurur.*
- *İnsan zekâsı dünyayı yaşanmaz hale sokar.*
- *İnsanlar genellikle doğal çevreyi suistimal etmektedir*
- *Dünyada bol miktarda kaynak var, yeter ki insanlar bunları nasıl kullanacağını öğrensın.*
- *Bitkiler ve hayvanlar insanlar kadar var olma hakkına sahiptir.*
- *Doğanın dengesi sanayileşmenin olumsuz etkileriyle başa çıkabilecek kadar güçlüdür.*
- *İnsanoğlu özel yeteneklerine rağmen hala doğa kanunlarına tabidir.*
- *Çevre sorunları gereğinden fazla abartılmaktadır.*
- *Dünya sınırlı kaynakları olan bir yerdir.*
- *Dünyanın dengesi çok narindir ve kolayca bozulur.*
- *İnsanlar eninde sonunda doğanın nasıl işlediğini göreceklerdir.*
- *Böyle devam ederse, insanoğlu kısa zamanda büyük bir çevre yıkımıyla karşı karşıya kalacaktır.*

Bu sorulara verilen cevaplar SPSS 16.0 programında kodlanıp hesaplandıktan sonra üreticilerin ortalama çevre bilinci ve çevreye karşı tutum düzeyi elde edilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha 0,769 değerini alarak kabul sınırları içinde bulunmuştur. Katılımcıların ortalama çevre bilinci ve çevreye karşı tutum düzeyi 0,50 standart sapma ile 4,01 olarak bulunmuştur. Oldukça yüksek çıkan bu sonuç ise üreticilerin çevre bilincinin gelişmiş olduğunu göstermektedir. Tarımsal turizm faaliyetlerine aktif olarak katılması beklenen 26-55 yaş grubundaki üreticilerin ortalama çevre bilinci de benzer şekilde 0,44 standart sapma ile 4,04 olarak bulunmuştur.

Ayrıca katılımcıların gelir düzeyleriyle çevre bilinçleri arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmek için oluşturulan aşağıdaki hipotezler SPSS 16.0 programında ANOVA testine tabi tutulmuş, elde edilen sonuç aşağıdaki Tablo 79'da gösterilmiştir.

H₀: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları gelir düzeyine göre farklılık göstermez.

H₁: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları gelir düzeyine göre farklılık gösterir.

Buna göre $p:0,973 > 0,05$ olduğundan H₀ hipotezi kabul edilmiş ve çevre bilinci ve çevreye karşı tutumun gelir düzeyine göre bir farklılık göstermediği, her gelir grubunda çevreye karşı tutumun aynı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç da yukarıda belirtilen ortalama olarak 4,01 ile üreticilerin oldukça yüksek bir çevre bilincine ve çevreye karşı olumlu tutuma sahip olması durumuyla örtüşmektedir.

Tablo 79: Çevre Bilinciyle Gelir Düzeyi Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)

ORTALAMA CEVRE BİLİNCİ					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	,221	5	,044	,171	,973
Gruplar İçinde	30,291	117	,259		
Toplam	30,512	122			

Çevre bilinci ve çevreye karşı tutum ile üreticilerin yaş grupları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için oluşturulan hipotezler aynı şekilde SPSS 16.0 programında ANOVA testine tabi tutulmuştur. Bu çerçevede oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir.

H₀: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu her yaş düzeyinde aynıdır.

H₁: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu her yaş düzeyinde farklıdır.

Aşağıda yaş guruplarının tanımlayıcı istatistikleri, ANOVA test sonucu ve çoklu karşılaştırma tablosu ile ilgili detaylar verilmektedir. Buna göre $p:0,001 \leq 0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilerek katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumlarının her yaş düzeyinde farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 80: Çevre Bilinciyle Yaş Grupları Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)

ORTALAMA CEVRE BİLİNCİ					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	4,838	5	,968	4,269	,001
Gruplar İçinde	30,149	133	,227		
Toplam	34,987	138			

**Tablo 81: Ortalama Çevre Bilincinin Yaş Grupları
Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri**

ORTALAMA ÇEVRE BİLİNCİ					Ortalama Değer için 95% Güvenilirlik Aralığı		Min	Maks
	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	Alt Sınır	Üst Sınır		
18-25	13	3,7172	,47356	,13134	3,4310	4,0033	2,89	4,47
26-35	18	3,8849	,44155	,10407	3,6653	4,1045	3,32	4,74
36-45	20	4,0652	,43550	,09738	3,8614	4,2691	3,26	4,63
46-55	32	4,1163	,41795	,07388	3,9656	4,2670	3,29	4,68
56-64	23	4,3191	,37324	,07783	4,1577	4,4805	3,68	5,00
65 üstü	33	3,8520	,61391	,10687	3,6344	4,0697	2,63	4,74
Toplam	139	4,0125	,50352	,04271	3,9280	4,0969	2,63	5,00

Çoklu karşılaştırmalar tablosuna (Tablo 82) bakıldığı zaman Ortalama Farkı (I-J) sütununda görülen değerlerde * (yıldız) olan grupların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Tablodan da izlendiği üzere, 56-64 yaş gurubu ile 18-25, 26-35 ve 65 yaş üstü yaş gruplarının ortalama çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları arasında anlamlı farklar bulunmaktadır. Bu analizi yukarıdaki tanımlayıcı istatistiklerin verildiği tablodaki ortalama değerler de doğrulamaktadır. Bu değerler karşılaştırıldığında 56-64 yaş grubunun en yüksek ortalama çevre bilinci ve çevreye karşı tutum puanını (4,3191) aldığı görülürken, en düşük puanı (3,7172) 18-25 yaş gurubu arasındaki katılımcıların aldığı görülmektedir. Ayrıca 26-35 yaş gurubu (3,8849) ile 65 yaş ve üstü (3,8520) yaş gruplarının aldığı değerler, köyün ortalama çevre bilincini ve çevreye karşı tutum düzeylerini ifade eden değerleri düşürmektedir. Özellikle gençlerin ve orta yaşların başlarında olan bireylerin ortalama çevre bilincinin ve çevreye karşı tutumlarının orta yaş grubundaki bireylerin ortalama değerlerinin altında kalması turizm açısından olumsuz bir durum olsa da, bu fark kısa seminer ve bilgilendirici toplantılarla ortadan kaldırılıp daha olumlu bir düzeye çıkartılabilecek düzeyde görülmektedir.

Tablo 82: Ortalama Çevre Bilinci ve Yaş Grupları Çoklu Karşılaştırmaları

ORTALAMA ÇEVRE BİLİNCİ Tukey HSD						
(I) Yaş	(J) Yaş	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	95% Güvenilirlik Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
18-25	26-35	-,16772	,17329	,927	-,6688	,3334
	36-45	-,34807	,16962	,319	-,8386	,1424
	46-55	-,39910	,15659	,118	-,8519	,0537
	56-64	-,60188*	,16521	,005	-1,0796	-,1242
	65 üstü	-,13487	,15591	,954	-,5857	,3160
26-35	18-25	,16772	,17329	,927	-,3334	,6688
	36-45	-,18035	,15469	,852	-,6277	,2670
	46-55	-,23139	,14028	,567	-,6370	,1743
	56-64	-,43416*	,14983	,049	-,8674	-,0009
	65 üstü	,03285	,13951	1,000	-,3706	,4363
36-45	18-25	,34807	,16962	,319	-,1424	,8386
	26-35	,18035	,15469	,852	-,2670	,6277
	46-55	-,05103	,13571	,999	-,4435	,3414
	56-64	-,25381	,14557	,506	-,6748	,1671
	65 üstü	,21320	,13492	,613	-,1770	,6033
46-55	18-25	,39910	,15659	,118	-,0537	,8519
	26-35	,23139	,14028	,567	-,1743	,6370
	36-45	,05103	,13571	,999	-,3414	,4435
	56-64	-,20278	,13015	,627	-,5791	,1736
	65 üstü	,26423	,11812	,228	-,0773	,6058
56-64	18-25	,60188*	,16521	,005	,1242	1,0796
	26-35	,43416*	,14983	,049	,0009	,8674
	36-45	,25381	,14557	,506	-,1671	,6748
	46-55	,20278	,13015	,627	-,1736	,5791
	65 üstü	,46701*	,12933	,006	,0930	,8410
65 Üstü	18-25	,13487	,15591	,954	-,3160	,5857
	26-35	-,03285	,13951	1,000	-,4363	,3706
	36-45	-,21320	,13492	,613	-,6033	,1770
	46-55	-,26423	,11812	,228	-,6058	,0773
	56-64	-,46701*	,12933	,006	-,8410	-,0930

*. Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Üreticilerin eğitim düzeyi ile çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları arasında bir fark olması gerektiği beklentisi içinde oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir.

H₀: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu her eğitim düzeyinde aynıdır.

H₁: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu her eğitim düzeyinde aynı değildir.

Hipotezlerin ANOVA testine tabi tutulması sonucu elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda izlenmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere $p:0,348 > 0,05$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilmiş, çevre bilinci ve çevreye karşı tutumun her eğitim düzeyinde aynı olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 83: Çevre Bilinciyle Eğitim Düzeyi Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)

ORTALAMA ÇEVRE BİLİNCİ					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,424	5	,285	1,129	,348
Gruplar İçinde	33,563	133	,252		
Toplam	34,987	138			

Son olarak üreticilerin cinsiyetleri ile çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları arasında bir fark olup olmadığını değerlendirmek için oluşturulan aşağıdaki hipotezler; %95 güven aralığında Bağımsız Örneklem t Testine tabi tutulmuştur.

H₀: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutum düzeylerinde cinsiyete göre bir fark yoktur.

H₁: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutum düzeylerinde cinsiyete göre bir fark vardır.

Test sonucunda elde edilen $p:0,048 > 0,05$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilmiş ve çevre bilinci ve çevreye karşı tutumun cinsiyete göre değişmediği sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.3.7. Ankete Katılan Üreticilerin Tarımsal Turizme Bakışı

Bu bölümde üreticilerin, genel olarak turizme ve özellikle tarımsal turizme yönelik düşüncelerini ortaya koymak için sorulan sorulara verdikleri cevaplar değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla katılımcılara hasat ve gıda festivallerinin düzenlenmesi, günübirlik ziyaretler, turistlerin konaklamalı ziyaretlerde bulunması, arazilerinin turistlerce kiralanması ve kullanılması, konaklamalı gelen turistlere çeşitli hizmetler verip vermeyecekleri konularında sorular sorulmuştur.

“Köyünüzde gıda ve hasat festivallerinin düzenlenmesini nasıl karşılırsınız?” şeklinde yöneltilen soruya 148 kişi yanıt vermiştir. Buna göre katılımcıların %58’8’i (87 kişi) kesinlikle isterim, %25,1’i (52 kişi) isterim, %2,7’si (4 kişi) ise kısmen isterim yanıtını vermiştir. Aşağıdaki tabloda da ayrıntılarıyla görüldüğü üzere katılımcıların %96,6’sı köylerinde gıda ve hasat festivallerinin düzenlenmesine olumlu yaklaşmaktadır. Katılımcılar anket sırasındaki diyaloglarda bu tür faaliyetlerin ürünlerini doğrudan satma fırsatı sunacağını belirterek aslında bu konudaki belirli bir bilinç düzeyine sahip olduklarını göstermişlerdir.

Tablo 84: Gıda ve Hasat Festivallerine İlişkin Düşünceler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	3	2,0	2,0	2,0
	İstemem	2	1,3	1,4	3,4
	Kısmen İsterim	4	2,7	2,7	6,1
	İsterim	52	34,9	35,1	41,2
	Kesinlikle İsterim	87	58,4	58,8	100,0
	Toplam	148	99,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	1	0,7		
Toplam		149	100,0		

Ankete katılanlara, “Turistlerin tarımsal ürünler almak dinlenmek, eğlenmek amacıyla günübirlik olarak köyünüze gelmesini nasıl karşılırsınız?” şeklinde yöneltilen soruya tüm katılımcılar yanıt vermiş olup (Tablo 85), %69’8’i kesinlikle isterim, %28,9’u ise isterim demiştir. Kesinlikle isterim ve isterim diyenler birlikte düşünüldüğünde, üreticilerin hemen hemen tamamının (%98.7) günübirlik olarak

tarımsal turizme olumlu baktığı anlaşılmaktadır. Ankete katılanlardan sadece 2 kişi istemem cevabını vermiştir. Kendilerine neden istemedikleri sorulduğunda ise, “köyün ve köy ahlakının bozulacağını” düşündüklerini ve şu andaki yaşam tarzlarından memnun olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 85: Ankete Katılan Üreticilerin Günübirlik Turist Ziyaretlerine İlişkin Düşünceleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle İstemem	0	0	0	0
İstemem	2	1,3	1,3	1,3
Kısmen İsterim	0	0	0	1,3
İsterim	43	28,9	28,9	30,2
Kesinlikle İsterim	104	69,8	69,8	100,0
Toplam	149	100,0	100,0	

Ankete katılanlara, “*Turistlerin tarımsal ürünler almak dinlenmek, eğlenmek amacıyla konaklamalı olarak köyünüze gelmesini nasıl karşılırsınız?*” şeklinde sorulan soruya (Tablo 86) katılımcıların %63,8’i kesinlikle isterim derken, %30,9’u isterim demiştir. Ayrıca ankete katılan 5 kişi (%3,4) istemem seçeneğini tercih ederken, 3 kişi ise (%2) kısmen isterim seçeneğini tercih etmiştir. Olumsuz yanıt veren katılımcılara neden istemedikleri sorulduğunda; bir önceki soruya verilen cevaplara ilaveten (*köyün ve köy ahlakının bozulacağı*) evlerinin bu tür bir hizmet sunmak için uygun olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo 86: Ankete Katılan Üreticilerin Konaklamalı Turist Ziyaretlerine İlişkin Düşünceleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle İstemem	0	0	0	0
İstemem	5	3,4	3,4	3,4
Kısmen İsterim	3	2,0	2,0	5,4
İsterim	46	30,9	30,9	36,2
Kesinlikle İsterim	95	63,8	63,8	100,0
Toplam	149	100,0	100,0	

Kırsal alanlarda turizm faaliyetlerine başlamak için kolay ve iyi bir çıkış noktası olan kahvaltı hizmeti sunmak konusunda üreticilerin genel yaklaşımını anlamak için sorulan “*Turistler köyünüze günübirlik ziyaret veya konaklama amacıyla gelseler kahvaltı sunma konusundaki düşünceniz ne olurdu?*” sorusuna katılımcıların verdiği cevaplar aşağıdaki Tablo 87’de düzenlenmiştir. Buna göre; katılımcıların %70,5’i (105 kişi) kahvaltı hizmeti sunmayı kesinlikle istediğini belirtirken, %20,8’i (31 kişi) isterim, %3,4’ü (5 kişi) kısmen isterim seçeneğini tercih etmiştir. Görüldüğü üzere katılımcıların %94,8’i bu tür bir turizm hizmeti vermeye istekli durmaktadır.

Tablo 87: Köye Gelen Ziyaretçilere Kahvaltı Sunma Konusundaki Düşünceler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	2	1,3	1,3	1,3
	İstemem	6	4,0	4,0	5,4
	Kısmen İsterim	5	3,4	3,4	8,7
	İsterim	31	20,8	20,8	29,5
	Kesinlikle İsterim	105	70,5	70,5	100,0
	Toplam	149	100,0	100,0	

Oldukça düşük bir yatırım ve sermaye ihtiyacıyla sunulabilecek olan diğer bir turistik hizmet de kahvaltılara ilaveten öğle ve akşam yemekleri sunmaktır. Katılımcıların bu konudaki düşüncelerini öğrenmek için sorulan “*Turistler köyünüze günübirlik ziyaret veya konaklama amacıyla gelseler öğle ve akşam yemekleri sunma konusundaki düşünceniz ne olurdu?*” şeklindeki soruya verdikleri cevaplar derlendiğinde aşağıdaki Tablo 88 ortaya çıkmaktadır. Buna göre; katılımcıların %65,5’i (97 kişi) kesinlikle isterim yanıtını verirken, %25’i (37 kişi) isterim demektedir. Genel olarak bakıldığında katılımcıların %94,6’sı bu tür bir hizmeti sunmaya olumlu yaklaşmakla birlikte, bir önceki tabloyla kıyaslandığında kesinlikle isterim diyenlerin oranında az da olsa düşme bulunmaktadır. Bu düşüşün temelinde sunulan hizmetin karmaşıklaşması ve biraz daha pahalı bir hal alıyor olması üreticilerle yapılan diyaloglardan anlaşılmıştır.

Tablo 88: Köye Gelen Ziyaretçilere Öğle ve Akşam Yemekleri Sunma Konusundaki Düşünceler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	2	1,3	1,4	1,4
	İstemem	6	4,0	4,1	5,4
	Kısmen İsterim	6	4,0	4,1	9,5
	İsterim	37	24,8	25,0	34,5
	Kesinlikle İsterim	97	65,1	65,5	100,0
	Toplam	148	99,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	1	0,7		
Toplam		149	100,0		

Kırsal alanlardaki, özellikle günübirlik turistik faaliyetler için ideal olan hizmetlerden biri olarak kabul edilen; piknik alanı oluşturmakla ilgili üreticilerin düşüncesi öğrenilmek istenmiştir. Bu amaçla sorulan “*Turistler köyünüze günübirlik ziyaret veya konaklama amacıyla gelseler arazinizin bir bölümünde ücret karşılığı piknik alanı kurmak konusundaki düşünceniz ne olurdu?*” şeklindeki soruya verilen cevaplar derlendiğinde aşağıdaki Tablo 89: ortaya çıkmıştır.

Tablo 89: Köye Gelen Ziyaretçilere Piknik Alanı Kurma Konusundaki Düşünceler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	3	2,0	2,1	2,1
	İstemem	20	13,4	13,7	15,8
	Kısmen İsterim	10	6,7	6,8	22,6
	İsterim	40	26,8	27,4	50,0
	Kesinlikle İsterim	73	49,0	50,0	100,0
	Toplam	146	98,0	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	3	2,0		
Toplam		149	100,0		

Buna göre; katılımcıların %50’si (73 kişi) kesinlikle isterim derken, %27,4’ü isterim seçeneğini tercih etmiştir. Ayrıca daha önce sorulan sorulara alınan cevaplardan farklı olarak olumsuz cevap verenlerin sayısında bir artış (istemem

%13,7 – 20 kişi ve kesinlikle istemem %2,1 – 3 kişi) görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %6,6'si (10 kişi) kısmen isterim şeklinde beyanat vermiştir.

Araştırmada yukarıdaki soruya olumsuz cevap veren katılımcıların bazıları, arazilerinin bu tür bir iş için yeterince büyük olmadığını, ancak kendi ailelerinin ihtiyaçlarını karşıladığını belirtmişlerdir. Bu durumu aşağıda oluşturulan arazi büyüklüğü ve piknik alanı kurma arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla oluşturulan Tablo 90'da doğrulamaktadır. Nitekim kesinlikle istemem diyenlerin %66,7'sinin, istemem diyenlerin %46,7'si ve kısmen isterim diyenlerin %75'inin arazi büyüklüğü 10 dekar ve altındadır. Ayrıca çapraz tablo incelendiğinde açıkça görülmektedir ki, kesinlikle isterim cevabını verenlerin çok büyük bir kısmı arazi büyüklükleri 11-25 dekar arasında olanlar (%45,8) ve 26-50 dekar arasında olanlar (%25,4) dır. Yine isterim cevabını verenlerin arazi büyüklüklerine bakıldığında %37,1'i 10 dekar ve altında, %28,6'sı 11-25 dekar arasında, %25,7'si 26-50 dekar arasında, %6,8'i ise 51 dekar ve üzerindedir.

Tablo 90: Arazi Büyüklüğü ve Piknik Alanı Kurma Arasındaki İlişki

			GRUPLANMIŞ ARAZİ (Dekar)					
			0-10	11-25	26-50	51-75	76-100	Toplam*
P İ K N İ K A L A N I	Kesinlikle İstemem	Sayı	2	1	0	0	0	3
		Piknik Alanı İçinde %	66,7	33,3	0	0	0	100,0
	İstemem	Sayı	7	2	6	0	0	15
		Piknik Alanı İçinde %	46,7	13,3	40,0	0	0	100,0
	Kısmen İsterim	Sayı	6	0	2	0	0	8
		Piknik Alanı İçinde %	75,0	0	25,0	0	0	100,0
	İsterim	Sayı	13	10	9	2	1	35
		Piknik Alanı İçinde %	37,1	28,6	25,7	5,7	2,9	100,0
	Kesinlikle İsterim	Sayı	13	27	15	3	1	59
		Piknik Alanı İçinde %	22,0	45,8	25,4	5,1	1,7	100,0
	Toplam	Sayı	41	40	32	5	2	120
		Piknik Alanı İçinde %	34,2	33,3	26,7	4,2	1,7	100,0

* Çapraz tablodaki katılımcı sayıları ile bir önceki tabloda yer alan piknik alanı kurulması sorusuna cevap veren katılımcı sayıları arasındaki uyumsuzluk, bazı katılımcıların arazi büyüklükleri ile ilgili soruları yanıtlamamasından kaynaklanmaktadır.

Kırsal alanlardaki, konaklamalı turistik faaliyetler arasında sayılan ve yatırım maliyeti çok düşük olan hizmetlerden biri de çadırılı kamp alanı kurmaktır. Bu konuda üreticilerin düşüncelerini öğrenmek amacıyla sorulan “*Turistler köyünüze günübirlik ziyaret veya konaklama amacıyla gelseler arazinizin bir bölümünde ücret karşılığı çadırılı kamp alanı kurmak konusundaki düşünceniz ne olurdu?*” şeklindeki soruya verilen cevaplar aşağıdaki Tablo 91.’de derlenmiştir. Buna göre; katılımcıların %45’i (67 kişi) kesinlikle isterim derken, %33,6’sı isterim seçeneğini tercih etmiştir. Olumsuz yanıt verenler izlendiğinde %3,4’ünün (5 kişi) kesinlikle istemem, %9,4’ünün (14 kişi) ise istemem dediği görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %6,7’si (10 kişi) kısmen isterim demiştir

Tablo 91: Köye Gelen Ziyaretçilere Çadırılı Kamp Alanı Kurma Konusundaki Düşünceler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	5	3,4	3,4	3,4
	İstemem	14	9,4	9,6	13,0
	Kısmen İsterim	10	6,7	6,8	19,9
	İsterim	50	33,6	34,2	54,1
	Kesinlikle İsterim	67	45,0	45,9	100,0
	Toplam	146	98,0	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	3	2,0		
Toplam		149	100,0		

Üreticilerin bir bağ evi kurup bunu konaklamak isteyen turistlere kiralamaları konusundaki düşüncelerini öğrenmek için sorulan “*Turistler köyünüze günübirlik ziyaret veya konaklama amacıyla gelseler arazinizin bir bölümünde bağ evi kurmak konusundaki düşünceniz ne olurdu?*” şeklindeki soruya verilen cevaplar aşağıdaki tabloda derlenmiştir. Tablo 92’den de izlendiği üzere, katılımcıların %41,9’u (62 kişi) kesinlikle isterim derken, %20,3’i (30 kişi) isterim seçeneğini tercih etmiştir. Görüldüğü üzere, maliyetler arttıkça katılımcıların turizm hizmeti verme konusundaki istekleri azalmaktadır. Bu durum kırsal turizme verilecek desteklerin önemine işaret etmektedir. Nitekim ankette tarımsal turizm hizmeti verilmesiyle ilgili sorular içinde en yüksek kısmen isterim cevabı da (%18,2- 27 kişi) bu soruda

karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca istemem diyenlerin oranı %16,2 iken (24 kişi), kesinlikle istemem diyenlerin oranı (5 kişi ile) %3,4'dür.

Tablo 92: Köye Gelen Ziyaretçilere Bağ Evi Kurma Konusundaki Düşünceler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	5	3,4	3,4	3,4
	İstemem	24	16,1	16,2	19,6
	Kısmen İsterim	27	18,1	18,2	37,8
	İsterim	30	20,1	20,3	58,1
	Kesinlikle İsterim	62	41,6	41,9	100,0
	Toplam	148	99,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	1	0,7		
Toplam		149	100,0		

Tarımsal turizm faaliyetleri içerisinde en önemli yere sahip olan hizmetlerden biri de turistlerin üreticiler ile aynı ortamı paylaştığı ve köy hayatına en çok adapte oldukları ev pansiyonculuğudur. Üreticilerin turistleri yatılı konuk olarak kabul edip etmeyeceğini öğrenmek için sorduğumuz “*Turistler köyünüze gününbirlik ziyaret veya konaklama amacıyla gelseler ev pansiyonculuğu yapmak konusundaki düşünceniz ne olurdu?*” şeklindeki soruya verdikleri cevaplar aşağıdaki Tablo 93’de derlenmiştir. Tabloda açıkça görüldüğü üzere bu tür bir hizmetin verilmesine olan istek diğerlerine göre düşük olmakla beraber %55’in⁵²⁴ üzerindedir. Bu düşüşün ardında yatan nedenler; böyle bir hizmet sunmak için yapılacak yatırımın maliyeti, çekingenlik ve tanımadığı kişileri evlerinde misafir etme konusundaki tereddütler olduğu üreticiler ile yapılan diyaloglara istinaden öngörülmektedir. Tablo 93 incelendiğinde katılımcıların %37,4’ü (55 kişi) kesinlikle isterim cevabını verirken, %17,7’sinin isterim dediği görülmektedir. Ayrıca ankete katılanların %13,6’sı (20 kişi) kısmen isterim derken, %24,5’i (36 kişi) istemem ve %6,8’i (10 kişi) kesinlikle istemem diyerek olumsuz görüş bildirmiştir.

⁵²⁴ Kısmen isterim diyenler kişisel kültürel çekinceleri yüzünden emin olamadıklarını belirttiklerinden bu toplama dahil edilmemiştir.

Tablo 93: Köye Gelen Ziyaretçilere Ev Pansiyonculuğu Yapma Konusundaki Düşünceler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	10	6,7	6,8	6,8
	İstemem	36	24,2	24,5	31,3
	Kısmen İsterim	20	13,4	13,6	44,9
	İsterim	26	17,4	17,7	62,6
	Kesinlikle İsterim	55	36,9	37,4	100,0
	Toplam	147	98,7	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	2	1,3		
Toplam		149	100,0		

Üreticilerin kırsal alanlardaki turizme ve bir turizm yatırımına girişme konusundaki düşüncesini öğrenmek için sorduğumuz; “*Turistler köyünüze günübirlik ziyaret veya konaklama amacıyla gelseler, motel kurup işletmek konusundaki düşünceniz ne olurdu?*” şeklindeki soruya verdikleri cevaplar derlendiğinde aşağıdaki tablo oluşmuştur. Tablo 94’den de açıkça görüldüğü üzere bir motel kurup işletme düşüncesini katılımcıların ancak %41,7’si sahiplenmektedir. Bu da turizm faaliyetleri ile ilgili sorulara verilen cevapların içinde en düşük destek oranıdır. Sonucun böyle çıkmasının ardında üreticilerin bu tür bir girişimde bulunacak yeterli sermaye ve deneyimlerinin olmaması etkili olmaktadır. Köyde tarımsal turizm faaliyetleri başlar ve etkin bir şekilde yürütülebilirse, üreticilerin turizmden artan gelirlerine istinaden motel kurup işletmek gibi daha profesyonel ve karmaşık turizm hizmetlerine orta-uzun vadede yönelmeleri beklenebilir. Tablo’dan da izlendiği üzere, katılımcıların %24,1’i (35 kişi) kesinlikle isterim derken, %16,6’sı (24 kişi) isterim seçeneğini tercih etmiştir. Katılımcıların %17,9’u (26 kişi) kısmen isterim derken, %35,2’si (51 kişi) istemem , %6,2’si (9 kişi) kesinlikle istemem diyerek olumsuz görüş bildirmiştir.

Tablo 94: Ankete Katılan Üreticilerin Motel Kurup İşletmek Konusundaki Düşünceleri

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	9	6,0	6,2	6,2
	İstemem	51	34,2	35,2	41,4
	Kısmen İsterim	26	17,4	17,9	59,3
	İsterim	24	16,1	16,6	75,9
	Kesinlikle İsterim	35	23,5	24,1	100,0
	Toplam	145	97,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	4	2,7		
Toplam		149	100,0		

Tarımsal turizm açısından önemli bir etkinlik olan ve turistlerin doğa ve tarımla bütünleşmesini sağlayan, yetiştirilen ürünlerin tarladan ve/veya ağaçlardan turistlerce toplanması konusunda üreticilerin ne düşündüğünü öğrenmek için sorulan; “*Turistler köyünüze gelse bahçenizde yetiştirdiğiniz ürünleri kendi elleriyle toplayıp satın alsalar bu konudaki fikriniz ne olur?*” şeklindeki soruya verdikleri cevaplar aşağıdaki Tablo 95’de derlenmiştir.

Bu konuya katılımcıların çok büyük bir kısmı %89,7’si (77 kişi kesinlikle isterim, 53 kişi isterim) olumlu yaklaşırken %5,5’i olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılara turistlerin ürünleri kendi elleriyle toplamasını neden istemedikleri sorulduğunda; bu işe alışık olmayan kişilerin mahsulü toplarken ağaçlara ve bitkilere zarar vereceğini düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 95: Ankete Katılan Üreticilerin Ürünlerin Turistlerce Toplanıp/ Satın Alınması Hakkındaki Düşünceleri

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Kesinlikle İstemem	5	3,4	3,4	3,4
	İstemem	3	2,0	2,1	5,5
	Kısmen İsterim	7	4,7	4,8	10,3
	İsterim	53	35,6	36,6	46,9
	Kesinlikle İsterim	77	51,7	53,1	100,0
	Toplam	145	97,3	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	4	2,7		
Toplam		149	100,0		

Özellikle orta ve üst yaş grubu turistlerin hedef kitle olduğu, tarımsal faaliyet yapılan arazilerin belirli bir bölümünün sezonluk olarak kiralanması ve kiralananda turistlerce tarımsal faaliyette bulunma şeklinde gerçekleşen bir tarımsal turizm türünde, üreticilerin düşünceleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla katılımcılara sorulan “*Arazinizin bir bölümünü tarımsal faaliyet yapmak isteyen turistlere kiralamak ister misiniz?*” şeklindeki soruya 149 katılımcının 141’i yanıtlamıştır. Katılımcıların %71,6’sı (101 kişi) evet derken, %26,8’i (40 kişi) olumsuz yaklaşmıştır.

Tablo 96: Ankete Katılan Üreticilerin Turistlere Arazi Kiralama Konusundaki Düşünceleri

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Veri	Hayır	40	26,8	28,4	28,4
	Evet	101	67,8	71,6	100,0
	Toplam	141	94,6	100,0	
Geçersiz Veri	Sistem	8	5,4		
Toplam		149	100,0		

Turistlere arazilerini kiralama sorusuna evet cevabını veren katılımcılara, “*arazinizi kiralayan turistlerin köyünüzde olmadığı dönemler bir ücret karşılığı bu bahçenin bakımıyla ilgilenir misiniz?*” sorusu yöneltildiğinde alınan cevaplar aşağıdaki Tablo 97’de derlenmiştir. Ankete katılanların % 60,4’ü (61 kişi) kesinlikle isterim, %33,7’si (34 kişi) isterim, %4’ü (4 kişi) kısmen isterim, %2’si (2 kişi) kesinlikle istemem yanıtını vermiştir.

Tablo 97: Ankete Katılan Üreticilerin Turistlere Kiralanan Arazide Çalışmayı İsteme Durumu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle İstemem	2	1,3	2,0	2,0
Kısmen İsterim	4	2,7	4,0	5,9
İsterim	34	22,8	33,7	39,6
Kesinlikle İsterim	61	40,9	60,4	100,0
Toplam	101	67,8	100,0	
Hayır	48	32,2		
Toplam	149	100,0		

Üreticilerin tarımsal turizme verdikleri destek seviyesini ölçmek için beşli Likert biçiminde (5. Kesinlikle isterim, 1. Kesinlikle istemem) sorulmuş olan aşağıdaki sorular SPSS 16.0 programı kullanılıp FAKTÖR ANALİZİ'ne tabi tutularak tek bir faktöre indirgenmiş ve “*tarımsal turizme verilen destek*” olarak adlandırılmıştır.

- *Köyünüzde hasat ve gıda festivalleri düzenlenmesini nasıl karşılırsınız?*
- *Turistlerin tarımsal ürünler almak, dinlenmek, eğlenmek amacıyla günübirlik olarak köyünüze gelmesini nasıl karşılırsınız?*
- *Turistlerin tarımsal ürünler almak, dinlenmek, eğlenmek amacıyla konaklamalı olarak köyünüze gelmesini nasıl karşılırsınız?*
- *Turistler köyünüze gelse bahçenizde yetiştirdiğiniz ürünleri kendi elleriyle toplayıp satın alsalar bu konudaki fikriniz ne olurdu?*

Bu amaçla veriler önce güvenilirlik testine tabi tutulmuş ve Cronbach's Alpha 0,736 olarak kabul sınırlarında bulunmuştur. Ayrıca faktör analizinin uygunluğunu ölçmekte kullanılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test değeri de 0,725 ile kabul sınırlarındadır.

Aynı şekilde üreticilerin çeşitli turizm hizmetlerini verme konusundaki isteklerini ölçmeye yönelik olarak beşli Likert biçiminde (5. Kesinlikle isterim, 1. Kesinlikle istemem) sorulmuş olan;

- *Kahvaltı sunmak,*
- *Öğle ve akşam yemekleri sunmak,*
- *Bağ evi kurmak,*
- *Arazinin bir bölümünde ücret karşılığı piknik alanı kurmak,*
- *Arazinin bir bölümünde ücret karşılığı çadırli kamp alanı kurmak,*
- *Ev pansiyonculuğu yapmak,*
- *Motel kurup işletmek*

Sorular, SPSS 16.0 programı kullanılıp FAKTÖR ANALİZİ ile tek bir faktöre indirgenmiş ve “*turizm hizmetleri verme isteği*” olarak adlandırılmıştır. Güvenilirlik testine tabi tutulan verilerin Cronbach's Alpha değeri 0,838 olarak kabul sınırlarında bulunmuştur. Yine faktör analizinin uygunluğunu ölçmekte kullanılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test değeri de 0,780 değeri ile kabul sınırları içindedir.

Ankete katılanların yaş düzeyi ile tarımsal turizme verdikleri destek arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmek için oluşturulan aşağıdaki hipotezler, SPSS 16.0 programında ANOVA testine tabi tutulmuştur.

H₀: Katılımcıların yaş düzeyine göre tarımsal turizme verilen destek düzeylerinde fark yoktur.

H₁: Katılımcıların yaş düzeyine göre tarımsal turizme verilen destek düzeylerinde fark vardır.

Test sonucu aşağıdaki Tablo 98’de gösterilmiştir. Buna göre $p=0,455>0,05$ olduğundan H₀ hipotezi kabul edilir. Katılımcıların yaş düzeylerine göre tarımsal turizme verilen destek düzeylerinde fark yoktur.

Tablo 98: Yaş Düzeyi ile Tarımsal Turizme verilen Destek Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)

Tarımsal Turizme Verilen Destek					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	4,727	5	,945	,943	,455
Gruplar İçinde	138,273	138	1,002		
Toplam	143,000	143			

Üreticilerin yaş düzeyi ile turizm hizmetleri verme isteği arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmek için oluşturulan;

H₀: Katılımcıların her yaş düzeyinde turizm hizmetleri verme istekleri aynıdır

H₁: Katılımcıların her yaş düzeyinde turizm hizmetleri verme istekleri farklıdır.

Hipotezler, SPSS 16.0 programında ANOVA testine tabi tutulmuş, elde edilen sonuç aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Tablo 99'da da görüldüğü üzere $p:0,233 > 0,05$ olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmiş ve ankete katılanların her yaş düzeyinde turizm hizmeti verme konusunda benzer düşünceye sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 99: Yaş Düzeyi ile Turizm Hizmetleri Verme İsteği Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)

Turizm Hizmetleri Verme İsteği					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	6,839	5	1,368	1,386	,233
Gruplar İçinde	136,161	138	,987		
Toplam	143,000	143			

Tarımsal turizme verilen destek ile anketi yanıtlayanların cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi ölçmek için kurgulanan;

H₀: Kadınlar ile erkekler arasında tarımsal turizme verilen destek arasında fark yoktur.

H₁: Kadınlar ile erkekler arasında tarımsal turizme verilen destek arasında fark vardır.

Hipotezler SPSS 16.0 programında Bağımsız Örneklem T Testine tabi tutulmuştur. Test sonucunda elde edilen $p:0,539 > 0,005$ olduğundan %95 güven aralığında H_0 hipotezi kabul edilip, tarımsal turizme verilen destek konusunda cinsiyet ayırımına dayalı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aynı şekilde Bağımsız Örneklem t Testine tabi tutulmak üzere tasarlanan, turizm hizmetleri verme isteğiyle anketi yanıtlayanların cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi ölçen;

H₀: Kadınlar ile erkekler arasında turizm hizmetleri verme isteği arasında fark yoktur.

H₁: Kadınlar ile erkekler arasında turizm hizmetleri verme isteği arasında fark vardır.

Hipotezler incelendiğinde %95 güven aralığında $p:0,048 \leq 0,050$ olduğu için H₁ alternatif hipotezi kabul edilir ve kadınlar ile erkekler arasında turizm hizmetleri verme isteği arasında fark olduğu sonucuna ulaşılır. Tablo 100'deki ortalama değerden de anlaşıldığı üzere kadınlar erkeklerden daha fazla turizm hizmetleri verme isteğine sahiptir. Aşağıdaki tabloda elde edilen sonuçla ilgili grup istatistikleri görülmektedir. Tabloda erkeklerin turizm hizmeti verme isteği konusundaki ortalama değerinin (-) negatif çıkmasının nedeni faktör yükleri üzerinden alınan bir ortalama değer olmasıdır.

Tablo 100: Grup İstatistikleri

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Ortalama Hata
Turizm Hizmetleri Verme İsteği	Erkek	95	-,1179161	1,04610667	,10732828
	Kadın	49	,2286128	,86903074	,12414725

Ailedeki birey sayısı ile tarımsal turizme verilen destek arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmek için yapılan korelasyon analizinin sonucu aşağıdaki Tablo 101'dedir. Tablo'dan da anlaşıldığı üzere $p:0,110 > 0,05$ olduğu için tarımsal turizme verilen desteğin ailedeki birey sayısına bağlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 101: Ailedeki Birey Sayısı ile Tarımsal Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)

		Tarımsal Turizme Verilen Destek	Ailedeki Birey Sayısı
Tarımsal Turizme Verilen Destek	Pearson Korelasyon	1,000	-,134
	Sig. (2-yönlü)		,110
	N	144,000	143
Ailedeki Birey Sayısı	Pearson Korelasyon	-,134	1,000
	Sig. (2-yönlü)	,110	
	N	143	148,000

Aynı şekilde ailedeki birey sayısı ile turizm hizmetleri verme isteği arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmek için yapılan korelasyon analizinin sonucunda da benzer şekilde $p:0,412 > 0,05$ olduğu için (Tablo 102) ailedeki birey sayısına bağlı olarak turizm hizmeti verme konusundaki isteğin değişmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 102: Ailedeki Birey Sayısı ile Turizm Hizmetleri Verme İsteği Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)

		Ailedeki Birey Sayısı	Turizm Hizmetleri Verme İsteği
Ailedeki Birey Sayısı	Pearson Korelasyon	1,000	-,069
	Sig. (2-yönlü)		,412
	N	148,000	143
Turizm Hizmetleri Verme İsteği	Pearson Korelasyon	-,069	1,000
	Sig. (2-yönlü)	,412	
	N	143	144,000

Üreticilerin sahip oldukları evlerin tipi ile (tek katlı, iki katlı veya üç katlı olması) en önemli tarımsal turizm faaliyetlerinden biri olan ev pansiyonculuğu yapmak konusundaki istekleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ölçmek için

yapılan korelasyon analizinde $p:0,715>0,05$ olduğu için (Tablo 103) ev pansiyonculuğu yapma konusundaki istekliliğin evin tipine bağlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 103: Evin Tipi ile Ev Pansiyonculuğu Yapma İsteği Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)

		Evin Tipi	Ev Pansiyonculuğu Yapmak
Evin Tipi	Pearson Korelasyon	1,000	,030
	Sig. (2-yönlü)		,715
	N	148,000	146
Ev Pansiyonculuğu Yapmak	Pearson Korelasyon	,030	1,000
	Sig. (2-yönlü)	,715	
	N	146	147,000

Ailesinde yabancı dil bilen kişiler olan üreticilerin, olmayanlara göre, tarımsal turizm faaliyetlerini daha fazla destekleyebileceği düşüncesinden hareketle aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H₀: Ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcılar ile yabancı dil bilen kişi olmayan katılımcıların tarımsal turizme destek düzeylerinde bir fark yoktur.

H₁: Ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcılar ile yabancı dil bilen kişi olmayan katılımcıların tarımsal turizme destek düzeylerinde fark vardır.

Hipotezler, %95 güven aralığında Bağımsız Örneklem t Testine tabi tutulmuştur. $p:0,355>0,05$ olduğundan H₀ hipotezi kabul edilmiş ve ailesinde yabancı dil bilen birey olan kişilerin tarımsal turizme verdikleri destek düzeyinde bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aynı şekilde ailesinde yabancı dil bilen kişiler olan üreticilerin, ailesinde yabancı dil bilen kişiler olmayanlara göre, turizm hizmeti verme istekleri arasındaki farkı ortaya koymak için oluşturulan aşağıdaki hipotezler;

H₀: Ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcılar ile yabancı dil bilen kişi olmayan katılımcıların turizm hizmeti verme istekleri arasında bir fark yoktur.

H₁: Ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcılar ile yabancı dil bilen kişi olmayan katılımcıların turizm hizmeti verme istekleri arasında bir fark vardır.

Bulgular %95 güven aralığında Bağımsız Örneklem t Testine tabi tutulmuştur. Sonuç olarak $p:0,442 > 0,05$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilmiş ve ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcıların, olmayanlara göre turizm hizmeti verme istekleri arasında bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Çevre bilinci ve çevreye karşı tutumla tarımsal turizme verilen destek arasındaki olumlu yönde olması beklenen ilişki korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucu elde edilen değerler aşağıdaki Tablo 104'den izlenmektedir $p:0,000 \leq 0,01$ olduğundan %99 güven düzeyinde bir korelasyon olduğu sonucu çıkmaktadır. Pearson Korelasyon katsayısının, $r:0,448$ değerini alması bize iki değişken arasında pozitif yönde (aynı yönlü) ama çok kuvvetli olmayan bir ilişki olduğu sonucuna götürmektedir.

Tablo 104: Çevre Bilinci ve Çevreye Karşı Tutumlar ile Tarımsal Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)

		Tarımsal Turizme Verilen Destek	Ortalama Çevre Bilinci
Tarımsal Turizme Verilen Destek	Pearson Korelasyon	1,000	,448**
	Sig. (2-yönlü)		,000
	N	144,000	138
Ortalama Çevre Bilinci	Pearson Korelasyon	,448**	1,000
	Sig. (2-yönlü)	,000	
	N	138	139,000
**. Korelasyon 0.01 düzeyinde (2-kuyruklu) anlamlıdır.			

Aynı şekilde çevre bilinci ve çevreye karşı tutumla katılımcıların turizm hizmeti verme konusundaki istekleri arasında olması beklenen olumlu yöndeki ilişki

korelasyon analizine tabi tutulmuş ve elde edilen test sonuçları aşağıdaki Tablo 105’de verilmiştir. Tablo’dan da görüldüğü üzere $p:0,000 \leq 0,01$ olduğundan %99 güven düzeyinde bir korelasyon olduğu sonucu elde edilmiştir. İki değişken arasındaki Pearson Korelasyon katsayısının, $r:0,329$ değerini alması, çevre bilinci ve çevreye karşı tutumla katılımcıların turizm hizmeti sunama istekleri arasında pozitif (aynı) yönlü ama düşük sayılabilecek bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Tablo 105: Çevre Bilinci ve Çevreye Karşı Tutumlar ile Turizm Hizmetleri Verme İstekleri Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)

		Ortalama Çevre Bilinci	Turizm Hizmetleri Verme İsteği
Ortalama Çevre Bilinci	Pearson Korelasyon	1,000	,329**
	Sig. (2-yönlü)		,000
	N	139,000	137
Turizm Hizmetleri Verme İsteği	Pearson Korelasyon	,329**	1,000
	Sig. (2-yönlü)	,000	
	N	137	144,000
**. Korelasyon 0.01 düzeyinde (2-kuyruklu) anlamlıdır.			

Kırsal alanlarda tarım dışı faaliyetleri desteklemek ve bunları icra etme konusundaki en önemli güdüleyici faktörlerin başında gelmesi beklenen o yörede yaşayan insanların gelir düzeyi ve elde etmeyi umdukları gelir miktarıdır. Çalışmada bu yönde bir ilişkinin durumunu değerlendirmek için katılımcılardan elde edilen gelir bilgileri SPSS 16.0 programına hem sürekli değişken olarak girilmiş ve korelasyon analizinde kullanılmış, hem de yeniden gruplandırılarak ANOVA testine tabi tutulmuştur.

Katılımcıların gelir düzeyi ile tarımsal turizme verilen destek arasında olması beklenen ilişki korelasyon analizine tabi tutulduğunda elde edilen sonuçlar aşağıdaki Tablo 106’da sunulmuştur. Buna göre, $p:0,437 > 0,05$ olduğu için gelir düzeyine bağlı olarak tarımsal turizme verilen desteğin değişmediği sonucuna varılmıştır.

Tablo 106: Gelir Düzeyi ile Tarımsal Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)

		Tarımsal Turizme Verilen Destek	Gelir
Tarımsal Turizme Verilen Destek	Pearson Korelasyon	1,000	,070
	Sig. (2-yönlü)		,437
	N	144,000	126
Gelir	Pearson Korelasyon	,070	1,000
	Sig. (2-yönlü)	,437	
	N	126	131,000

Katılımcıların gelir düzeyleri ile turizm hizmeti sunma istekleri arasındaki ilişki ortaya konmak için oluşturulan aşağıdaki hipotezler SPSS 16.0 programında ANOVA testine tabi tutulmuştur.

H₀: Her gelir grubundaki bireylerin turizm hizmetleri sunma istek düzeyleri aynıdır.

H₁: Her gelir grubundaki bireylerin turizm hizmetleri sunma istek düzeyleri farklıdır.

Aşağıdaki Tablo 107’de de görüldüğü üzere test sonucunda elde edilen $p:0,228 > 0,05$ olduğundan H₀ hipotezi kabul edilmiş ve farklı gelir grubundaki bireylerin turizm hizmetleri verme istek düzeyleri arasında bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 107: Gelir Düzeyi ile Turizm Hizmetleri Verme İsteği Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)

Turizm Hizmetleri Verme İsteği					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	7,219	5	1,444	1,403	,228
Gruplar İçinde	124,507	121	1,029		
Toplam	131,726	126			

Katılımcılara tarımsal üretiminizi (gelirlerinizi) etkileyen faktörlere karşı alınması gereken önlemlerle ilgili sorulmuş olan soruya “tarım dışı alanlara yatırım yapmak” şeklinde yanıt verenlerin turizm hizmetleri verme istekleri incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla oluşturulan aşağıdaki hipotezler;

H₀: Gelirlerini arttırmak için tarım dışı alanlara yatırım yapmak isteyenlerle istemeyenler arasında turizm hizmetleri verme isteği bakımından fark yoktur.

H₁: Gelirlerini arttırmak için tarım dışı alanlara yatırım yapmak isteyenlerle istemeyenler arasında turizm hizmetleri verme isteği bakımından fark vardır.

Bağımsız Örneklem T Testine tabi tutulmuştur. Test sonucunda $p:0,695 > 0,05$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilmiş ve gelirlerini arttırmak için tarım dışı alanlara yatırım yapmak isteyenlerle istemeyenler arasında turizm hizmetleri verme isteği arasında fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet düzeyleri ile tarımsal turizme verdikleri destek arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını bulmak için oluşturulan hipotezler;

H₀: Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet düzeyi ile tarımsal turizme verdikleri destek düzeyleri arasında fark yoktur.

H₁: Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet düzeyi ile tarımsal turizme verdikleri destek düzeyleri arasında fark vardır.

SPSS 16.0 programında ANOVA testine tabi tutulmuştur. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 108’dedir. Tablo’dan da görüldüğü üzere $p:0,917 > 0,05$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilmiş ve katılımcıların çiftçilikten memnuniyet düzeyi ile tarımsal turizme verdikleri destek düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo: 108. Çiftçilikten Memnuniyet Düzeyi ile Tarımsal Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)

Tarımsal Turizme Verilen Destek					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,001	4	,250	,237	,917
Gruplar İçinde	131,886	125	1,055		
Toplam	132,887	129			

Aynı şekilde, katılımcıların çiftçilikten memnuniyet düzeyleri ile turizm hizmetleri verme istekleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı için oluşturulan aşağıdaki hipotezler;

H₀: Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet seviyesi ile turizm hizmeti verme istek düzeyi arasında fark yoktur.

H₁: Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet seviyesi ile turizm hizmeti verme istek düzeyi arasında fark vardır.

SPSS 16.0 programında ANOVA testine tabi tutulmuştur. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 109’da sunulmuştur. Buna göre $p:0,471 > 0,05$ olduğundan H₀ hipotezi kabul edilmiş ve katılımcıların çiftçilikten memnuniyet seviyesi ile turizm hizmetleri verme istekleri arasında fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 109: Çiftçilikten Memnuniyet Düzeyi ile Turizm Hizmetleri Verme İsteği Arasındaki İlişki (ANOVA TESTİ)

Turizm Hizmetleri Verme İsteği					
	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,640	4	,910	,892	,471
Gruplar İçinde	125,437	123	1,020		
Toplam	129,077	127			

Aşağıdaki tabloda, anket ile elde edilen bulgular sonucundaki verilere dayanılarak kurulan ve test edilen hipotezlerin topluca bir gösterimi yapılmıştır. Tabloda test sonucu kabul gören hipotezler (*) ile işaretlenmiş ve test sonucunda elde edilen p değerleri de belirtilmiştir

Tablo 110: Hipotez Testlerinin Genel Sonuçları

Hipotezler	P
H₀: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları gelir düzeyine göre farklılık göstermez.* H₁: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumları gelir düzeyine göre farklılık gösterir.	0,973
H₀: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu her yaş düzeyinde aynıdır. H₁: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu her yaş düzeyinde farklıdır.*	0,001
H₀: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu her eğitim düzeyinde aynıdır.* H₁: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu her eğitim düzeyinde aynı değildir.	0,348
H₀: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutum düzeylerinde cinsiyete göre bir fark yoktur.* H₁: Katılımcıların çevre bilinci ve çevreye karşı tutum düzeylerinde cinsiyete göre bir fark vardır.	0,048
H₀: Katılımcıların yaş düzeyine göre tarımsal turizme verilen destek düzeylerinde fark yoktur.* H₁: Katılımcıların yaş düzeyine göre tarımsal turizme verilen destek düzeylerinde fark vardır.	0,455
H₀: Katılımcıların her yaş düzeyinde turizm hizmetleri verme istekleri aynıdır.* H₁: Katılımcıların her yaş düzeyinde turizm hizmetleri verme istekleri farklıdır.	0,233
H₀: Kadınlar ile erkekler arasında tarımsal turizme verilen destek arasında fark yoktur.* H₁: Kadınlar ile erkekler arasında tarımsal turizme verilen destek arasında fark vardır.	0,539
H₀: Kadınlar ile erkekler arasında turizm hizmetleri verme isteği arasında fark yoktur. H₁: Kadınlar ile erkekler arasında turizm hizmetleri verme isteği arasında fark vardır.*	0,048
H₀: Ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcılar ile yabancı dil bilen kişi olmayan katılımcıların tarımsal turizme destek düzeylerinde bir fark yoktur.*	0,355

H₁: Ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcılar ile yabancı dil bilen kişi olmayan katılımcıların tarımsal turizme destek düzeylerinde fark vardır.	
H₀: Ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcılar ile yabancı dil bilen kişi olmayan katılımcıların turizm hizmeti verme istekleri arasında bir fark yoktur.* H₁: Ailesinde yabancı dil bilen kişi olan katılımcılar ile yabancı dil bilen kişi olmayan katılımcıların turizm hizmeti verme istekleri arasında bir fark vardır.	0,442
H₀: Her gelir grubundaki bireylerin turizm hizmetleri sunma istek düzeyleri aynıdır.* H₁: Her gelir grubundaki bireylerin turizm hizmetleri sunma istek düzeyleri farklıdır.	0,228
H₀: Gelirlerini arttırmak için tarım dışı alanlara yatırım yapmak isteyenlerle istemeyenler arasında turizm hizmetleri verme isteği bakımından fark yoktur.* H₁: Gelirlerini arttırmak için tarım dışı alanlara yatırım yapmak isteyenlerle istemeyenler arasında turizm hizmetleri verme isteği bakımından fark vardır.	0,695
H₀: Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet düzeyi ile tarımsal turizme verdikleri destek düzeyleri arasında fark yoktur.* H₁: Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet düzeyi ile tarımsal turizme verdikleri destek düzeyleri arasında fark vardır.	0,917
H₀: Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet seviyesi ile turizm hizmeti verme istek düzeyi arasında fark yoktur.* H₁: Katılımcıların çiftçilikten memnuniyet seviyesi ile turizm hizmeti verme istek düzeyi arasında fark vardır.	0,471

4.3. AB'DE TARIMSAL TURİZMİN DURUMU VE UYGULAMASI İLE YEŞİLKÖY ÖZELİNDE TÜRKİYE'DEKİ TARIMSAL TURİZM UYGULAMALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Günümüzde AB ülkelerinde kırsal alanlarda yaşanan temel sorunların başında çiftliklerde yaşayanların gelir düzeyinin düşük olması gelmektedir. Çiftçilerin gelir düzeyinin düşük olması onları ya kente göç etmeye, ya da yarı zamanlı olarak ikinci bir işte çalışmaya zorlamaktadır. Bundan dolayı birçok AB ülkesinde çiftçilerin aynı anda iki işinin olması ve tarım dışında başka kaynaklardan gelir elde etmesi oldukça yaygın bir durumdur.

Özellikle Birlik düzeyinde gerçekleştirilen tarım reformları sonrasında Avrupa tarımının rekabet gücünün artırılması, çiftliklerin ve çiftçiliğin yeniden yapılandırılması sürecini gerekli kılmıştır. Bu süreçte yaşanan dönüşümle birlikte kırsal alanların esas işlevi; halen tarım, hayvancılık, orman ve balıkçılık olmakla birlikte, bunlara ek olarak turizm, el sanatları, taşımacılık, ticaret, eğitim, sağlık hizmetleri, inşaat işleri gibi yeni işlevler de ortaya çıkmıştır. Bu süreçte öne çıkan işlevlerden biri de kırsal turizmin bir alt dalı olarak değerlendirilen tarımsal turizm faaliyetleridir.

Avrupa'da ülkelere göre farklı gelişim seyri izlemekle birlikte özellikle Batı Bloğunda yer almış ülkelerde 1980'lerden sonra gelişmeye başlamış olan tarımsal turizm Türkiye'de çok daha yenidir. Türkiye'de tarımsal turizmin hayata geçmesi 1990'lı yılların sonunda ve 2000'li yılların başında olmasına rağmen halen çok sınırlı olarak uygulanmaktadır. Türkiye'de başlangıçta kültürel özelliklerin ve geleneksel yaşam biçiminin bir uzantısı olarak ortaya çıkan ve verilmeye başlanan temel düzeydeki tarımsal turizm hizmetleri; gerek üreticilerin bunu bir alternatif gelir kaynağı olarak algılaması ve bilinçlenmeye başlaması (Şirince örneği) gerekse kamu ve STK destekli projeler sayesinde hayata geçen uygulamalar ile (Karaburun örneği) gelişmeye başlamıştır.

Tarımsal turizm faaliyetlerini Yeşilköy özelinde değerlendirdiğimizde durumun daha başlangıç aşamasında olduğu görülmektedir. Yeşilköy'deki bireyler de dünyanın pek çok yerinde olduğu gibi tarımsal faaliyetlerinden elde ettikleri gelirlerin yeterli olmaması üzerine farklı yönelimlerde bulunmaktadır. Bir önceki bölümde ortaya konulduğu üzere köyden kente göç ederek ve/veya çevre ilçelerde çeşitli sektörlerde çalışarak alternatif gelir arayışlarına yönelmişlerdir. Bugün köyde yaşayan ailelerin bir kısmı ek gelir elde etmek için Torbalı, Kemalpaşa gibi ulaşımı kolay ve yakın çevre ilçelerde başta mermer sanayi olmak üzere çeşitli sektörlerde çalışmakta ve köy içinde de tarım dışı alternatiflere yönelmektedirler. Bunun en somut ve başarılı örneği köyde yapılmaya başlanan mozaik üretimi ve kurslarıdır. 20'den fazla aile köyde sipariş üzerine mozaik üretimi yaparken “*Yeşilköy Antik Mermer Mozaik Atölyesinde*” mozaik üretimi konusunda temel düzeyde eğitim almak ve/veya bir deneyim yaşamak isteyen kişilere kurslar verilmektedir. Yapılan mozaik kurslarına yurt içinden katılım olmakla birlikte özel bir turizm firması aracılığıyla Amerika Birleşik Devletleri'nden gelen üniversiteli gençlere mozaik kursları verilmektedir. Ortalama 2-3 gün kadar süren bu kurslar süresince kursiyerler köydeki evlerde konaklamakta ve üreticiler için ev pansiyonculuğu şeklinde alternatif bir gelir yaratılmaktadır.

Yeşilköy'deki mozaik kurslarıyla birlikte gelişmeye başlayan ev pansiyonculuğu şeklindeki turizm faaliyetlerini Avrupa'daki uygulamalarla karşılaştırdığımızda verilen hizmetlerin amatörce yapıldığı ve daha emekleme döneminde olduğu görülmektedir.

Altyapı açısından değerlendirildiğinde Yeşilköy; elektrik, telefon, su, kanalizasyon ve internet gibi temel hizmetlere sahip olduğundan Avrupa'daki benzer kırsal alanlardan daha dezavantajlı bulunmamakla birlikte, köy evlerinin yeterince bakımlı olmamaları ve tüketicilerin talep ettiği temel konfor düzeyini karşılayamamaları temel sorunların başında gelmektedir. Birçok Avrupalı turist talep ettiği odada sadece kendilerine tahsis edilmiş tuvalet/banyo bulunması arzusu şu an için karşılanamamaktadır. Üreticiler eskiden kalma alışkanlıklar nedeniyle halen tuvaletlerini evlerinin dışında bulundurmaktadır.

Sunulan hizmetin pazarlanmasında önemli unsurların başında fiyat gelmektedir. Avrupa’da her ülkenin ve yörenin ve hatta verilen hizmet ve konfora göre her evin/çiftliğin fiyatları farklılaşmaktadır⁵²⁵. Genel olarak bakıldığında Almanya’da tarımsal turizmdeki konaklama hizmetlerinin çok pahalı olduğu ve iç pazara yönelik olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Almanya’da çiftliklerde konaklama fiyatları araştırıldığında günlük 35 ile 300 Avro arasında değişen fiyatlar ile konaklama hizmetleri verildiği görülmektedir⁵²⁶. Nispeten daha ucuz fiyatlara sahip olmakla birlikte İtalya’da konaklama hizmetleri genellikle haftalık olarak verilmekte ve iki kişilik daireler 380-500 Avro/hafta, üç dört kişilik daireler ise 600-650 Avro/hafta gibi fiyatlarla kiralanmaktadır⁵²⁷. Tarımsal turizmin önemli bir gelir kaynağı olduğu İngiltere’deki fiyatlar incelendiğinde verilen hizmetlere ve konfora göre fiyatların değiştiği gözlenmektedir. İngiltere’de evler ya daire şeklinde haftalık olarak kiralanmakta ya da kişi başı gecelik konaklama fiyatları uygulanmaktadır. Örneğin kişi başı gecelik konaklama fiyatları 25 ila 80 GBP arasında değişirken haftalık konaklama fiyatları daire/oda başına 250 ila 1.150 GBP arasında değişmektedir. Fiyatlar arasındaki bu farklılıkta konaklanan zamandaki çeşitli aktiviteler ve yöresel organizasyonlar, festivaller önemli rol oynamaktadır⁵²⁸. Yeni üye ülkelerden Polonya çok daha uygun fiyatlarla konaklama hizmeti sunmaktadır. Polonya’da kişi başı konaklama ücretleri gecelik 30 PLN’den (yaklaşık 7,5 Avro) başlamakta olup 120 PLN’ye (30 Avro) kadar çıkmaktadır. Birçok işletme bu fiyatı sadece odada konaklama fiyatı olarak vermekte, kahvaltı ve yemek gibi diğer hizmetlere ekstra ücret uygulamakta ve/veya daha yüksek fiyatlarla tam pansiyon hizmetleri de verilmektedir⁵²⁹. Türkiye ile aynı iklim kuşağında yer alan bir turizm ülkesi olan Yunanistan’da ise fiyatlar genellikle sezona, konaklanan yöreye ve verilen hizmetler ile odaların tipine göre 60 ile 150 Avro arasında değişim

⁵²⁵ Avrupa çapında kırsal alanlarda verilen çeşitli turizm hizmetleri hakkında bilgilerin olduğu linklere kolaylıkla ulaşılabilmek için bkz. “Agritourism: Farm Stays in Europe”, <http://www.reidsguides.com/bh/agritourism.html#eastern> (01.05.2011).

⁵²⁶ Almanya’daki çiftlik evleri, verdikleri hizmetler ve fiyatla ilgili olarak bkz. “Landtourismus: Urlaub auf dem Bauernhof”, <http://www.landtourismus.de/443.html> (01.05.2011).

⁵²⁷ İtalya’da Tarımsal turizm şeklinde verilen konaklama hizmetlerinin fiyatları ve bölgelerle ilgili bilgi için bkz. “Agritourism.net”, <http://www.agritourism.net/> (01.05.2011).

⁵²⁸ İngiltere’de tarımsal turizm şeklinde verilen hizmetler ve fiyatları hakkında bkz. “Farm Stay UK”, <http://www.farmstay.co.uk/> (01.05.2011).

⁵²⁹ Polonya’daki tarımsal turizm işletmeleri ile sunulan ürün ve hizmetler hakkında detaylı bilgi için bkz. “Wies Polska Zaprasza”, <http://www.agritourism.pl/> (01.05.2011).

göstermektedir. Çift kişilik odalar ve 2-3 kişinin kalabileceği stüdyo şeklindeki daireler sezon dışında sadece konaklama hizmeti olarak 60 Avro/gece'den başlayan fiyatlarla satılırken kahvaltı ve diğer yemek hizmetlerine ekstra ücret talep edilmektedir⁵³⁰. Bir Akdeniz ülkesi olan Portekiz'deki konaklama fiyatları incelendiğinde, işletmelerin genellikle oda başına fiyatla hizmet vermeyi tercih ettikleri görülmektedir. Fiyatlar odaların sahip oldukları konfor ve sezona göre gecelik 45 ila 290 Avro arasında değişmekle birlikte genel olarak 55-70 Avro arasındadır. Akdeniz'deki önemli turizm merkezlerinden olan İspanya'daki fiyatlar incelendiğinde genellikle oda/ev bazında günlük veya haftalık kiralamaların gerçekleştiği görülmektedir. Daha çok günlük kiralamaların tercih edildiği İspanya'da verilen hizmetlerin çeşidine ve içeriği ile sezon durumuna göre fiyatların 50 ila 250 Avro arasında oda/gece şeklinde olduğu gözlenmektedir⁵³¹. Yeşilköy'de ise son birkaç yıldır ücret karşılığında konaklama hizmetinin çok sınırlı bir şekilde yapıldığı görülmektedir. Bu hizmet köydeki mozaik kursuna gelen kişilere 2-3 gece olarak verilen konaklama hizmetiyle sınırlıdır. Üreticiler konaklama hizmeti olarak kişi başı gecelik 20 TL (yaklaşık 9 Avro) ücret almaktadırlar. Bu ücret Avrupa'da alınan ücretlerin yanında çok düşük kalıyor gibi görülmekle birlikte, sunulan hizmet ve konfor olarak da Avrupa'daki işletmelerin çok gerisindedir.

İngiltere ve İtalya'daki tarımsal turizmin gelişmesiyle ilgili deneyimlerden, organik tarımın, tarımsal turizmin gelişmesine önemli bir katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Köyde yapılan anket çalışmasında elde edilen bulgulara göre üreticilerin büyük çoğunluğunun organik tarım yapmaya sıcak bakıyor olması (%73,6) ve yaklaşık yarısının (%52) yüzeysel de olsa organik tarım hakkında bir bilgiye sahip olması tarımsal turizmin köyde geliştirilmesi için önemli bir avantaj olarak değerlendirilmelidir. Dünyada her geçen gün önemi artan organik tarım konusunda çiftçiler daha fazla bilgilendirilip tarımsal turizmle birlikte eşgüdümlü bir şekilde teşvik edilirse, Yeşilköy'ün kalkınmasında önemli mesafeler kat edilebilir.

⁵³⁰ Yunanistan'daki tarımsal turizm işletmeleri ile sunulan ürün ve hizmetler hakkında detaylı bilgi için bkz. "The Greek Network for Rural Accommodation", <http://www.guestinn.com/en/index.php> (02.05.2011).

⁵³¹ İspanya ve Portekiz'deki tarımsal turizm hizmetleri için bkz. "Tourismo Rural", http://www.turismorural.com/default.aspx?len_ap=002 (02.05.2011).

Türkiye’de 2010-2013 dönemi için ilk kez bir kırsal kalkınma planı hazırlanmış olması ve bu planda kırsal kalkınmada alınması gereken öncelikli önlem ve faaliyetler arasında kırsal turizmin geliştirilmesi, tarımsal turizm faaliyetleriyle ilgilenen işletme sayısının artırılması, tarımsal turizm altyapısının geliştirilmesi, kırsal turizm için barınma kapasitesinin artırılması gibi hedeflerin konmuş olması planlama açısından önemli avantajlardır. Bununla birlikte ulusal bir tarımsal turizm birliğinin kurulmamış olması, AB ülkeleriyle yapılan kıyaslamalarda önemli eksiklerin başında gelmektedir. Avrupa’daki hemen her ülke bu konuda kendi yerel ve/veya ulusal birliklerini oluşturmuş ve bunları Avrupa çapında da birbirleriyle ilintili portallarda birleştirip, ulusal ve AB düzeyinde tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Avrupa çapında oluşturulmuş bu birlikler ve portallar oldukça işlevsel bir biçimde hemen hemen her yöre ile ilgili bilgilerin bulunduğu e-ticaret faaliyetlerini içeren, internet üzerinden ödeme, rezervasyon gibi işlemlerin kolay, hızlı, güvenli ve hatta çok dilli yapıldığı erişim sayfalarına sahiptirler. Türkiye bu tür örgütlenmeler ve organizasyonlar için yeterli potansiyele sahip olmakla birlikte henüz benzeri organizasyonları gerçekleştirmemiştir. Erişim sayfası konusu Yeşilköy açısından değerlendirildiğinde şu anda bile mevcut koşullarda köyde 5 hanede internet bağlantısının olması ve bu beş hanede medyanın internet yoluyla takip ediliyor olması önemli bir altyapı avantajını sağlamaktadır. Özellikle biraz eğitimle ve profesyonel destekle Yeşilköy’de de internet üzerinden gerek yöresel tanıtım faaliyetleri, gerekse tarımsal turizm faaliyetlerinin pazarlanması gerçekleştirilebilir.

Türkiye’nin AB ülkelerindeki tarımsal turizmin gelişme seviyesine ulaşması konusunda yaşadığı ve yaşayacağı en önemli sorunlardan biri eğitim seviyesinin düşüklüğüdür. Türkiye’de kırsal alanlarda yaşayan birçok kişinin temel eğitim düzeyini tamamlamamış olması ve hatta okuma yazma bilmeyen kişilerin olması önemli sorunlardan biridir. Eğitim durumu Yeşilköy örneğinde incelendiğinde ankete katılan bireylerin çok büyük bir kısmının ilkokul seviyesinde bir eğitimi olduğu görülmektedir. Bu dezavantajlı durum eğer doğru planlanırsa, Avrupa’daki yaşam boyu öğrenim programları benzeri projelerle olumsuzluk olmaktan çıkarılıp bir avantaj haline dönüştürülebilir. Çünkü üreticilerin çok büyük bir kısmı zaten turizme ve tarımsal turizm faaliyetlerine olumlu yaklaşmakta ve bunun gelirlerini artırmakta

önemli bir araç olduğunu düşünmektedir. Bu çerçevede üreticilere çevre, organik tarım, turizm, iletişim, sağliqlama (sanitasyon) gibi konularda temel düzeyde ama işlevsel eğitimlerin verilmesi ve çeşitli sertifikasyon programlarının oluşturulması eğitim eksikliğinin giderilmesinde yardımcı olacaktır.

Turizmin uluslararası boyutu devreye girdiğinde dikkat edilmesi gereken konulardan bir diğeri, kültürel farklılıklar ve yabancı dil konusudur. Yeşilköy’de yapılan anket çalışmasında üreticilerin %25’nin hanelerinde en azından temel düzeyde bir yabancı dil bilen olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bu oran Avrupa’daki Polonya gibi yeni üye ülkelerle kıyaslandığında (tarımsal turizmle ilgilenen üreticilerin %47’si Almanca veya Rusçayı orta düzeyde konuşabiliyor) oldukça düşük kalmakla birlikte, eğer özellikle gençleri hedef alan eğitim programları düzenlenirse temel düzeyde turizm hizmetleri verilecek bir seviyeye ulaşılabilir.

Son olarak, Yeşilköy’ün tarımsal turizm konusunda genel bir değerlendirmesini yapmak amacıyla aşağıda bir GZFT analizi yapılmıştır. Özellikle zayıf yönler ve tehditler ele alındığında bunların çözülmesinin imkansız olmayan konular oldukları dikkati çekmektedir. Bu çerçevede en önemli sorun olan finansal yetersizlikler konusunda İZ-KA’nın kısal alanlarda sürdürülebilir kalkınma ve turizm için devreye soktuğu fonlardan yararlanılabilir. Yine başarısız olan kooperatifleşme, çalışmaları yeniden organize edilip köyde üretilen gerek tarımsal ürünler gerekse tarım dışı ürün ve hizmetler bu kooperatif aracılığıyla pazarlanıp tek elden pazarlama ve satış faaliyetleri yürütülerek rekabet avantajı kazanılabilir. Ayrıca kooperatifleşmenin amacına ulaşması, ekonomik nedenler yüzünden çiftçilerin tarıma olumsuz yaklaşmasının değişmesine de katkı sağlayacaktır. Özellikle parçalı ve küçük olan araziler tarımsal turizm ve organik tarım uygulamalarıyla özelliklerini kaybetmeden korunarak daha fazla gelir getiren bir yapıya kavuşturulabilir. Son dönemde artan et fiyatları göz önüne alındığında yeniden karlı hale gelmeye başlayan hayvancılık, ulusal düzeyde doğru kırsal kalkınma politikaları uygulanırsa bir zayıf yön ve tehdit olmaktan çıkarılıp fırsata dönüştürülebilir. Eğer tarımsal turizm faaliyetleri doğru bir şekilde hayata geçirilirse tehditler hanesinde yer alan gençlerin köyü terk etmesi ile genç ve nitelikli işgücünün köyden ayrılması sonucu köy

nüfusunun yaşlanması engellenebilir ve kırsal alanların korunup geliştirilmesinde önemli mesafeler kat edilebilir.

Tablo 111: Yeşilköy Tarımsal Turizminin GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Flora zenginliği ve bozulmamış doğal çevre, • Zengin tarımsal üretim potansiyeli(bitkisel üretim, hayvancılık, orman ürünleri), • Organik tarıma elverişli olması, • Misafirperver, hoşgörülü insan kaynağı, • Yol, su, elektrik, iletişim ve internet gibi alt yapının gelişmiş olması, • İzmir gibi büyük bir kente yakınlık, • Mozaik yapımı el sanatının gelişmiş olması, • İklimin dört mevsim turizme olanak vermesi	• Sulama suyunun yetersiz olması, • Arazilerin parçalı ve küçük ölçekli olması, • Kooperatifleşmenin başarısız olması, • Ürünlerin pazarlanmasındaki sorunlar, • Üreticilerin yoksul olması nedeniyle finansal yetersizlikler, • Hayvancılığın zayıflaması,
Fırsatlar	Tehditler
• Turizmde eğilimlerin değişmesi, doğada, açık havada dinlenme, toprakla uğraşma, çiftlik hayvanlarıyla ilgilenme isteğinin artması, • Üreticilerin tarımsal turizme yönelme konusunda istekli olmaları, • Organik tarım konusunda istekli olmaları, • Tüketicilerin organik ürünlere artan talebi,	• Türkiye’de tarımın ve hayvancılığın zayıflıyor olması, • Tarımsal destekleme politikalarının değişme eğilimi, • Çiftçilerin tarıma olumsuz bakıyor olması, • Gençlerin köyü terk etmesi, • Genç ve nitelikli işgücü kaybı sonucunda köy nüfusunun yaşlanması • Finansal kaynakların proje bazında yaratılamaması

SONUÇ VE ÖNERİLER

Agriturizm ya da agroturizm olarak da adlandırılan tarımsal turizm kent ve kasabalarda yaşayanların, tarımsal üretimin yoğun olduğu yörelerde bulunan çiftliklerde geçirdikleri bir tatil şeklidir. Doğal ortamla bütünleşerek çiftliklerde konaklayan turistler, tarımsal ürünlerin üretimine aktif olarak katılabilmekte, ürünlerin toplanmasına, yöreye özgü ürünlerin yapımına katılma, eğitsel geziler, eğlenceler, yörenin kültürel zenginliklerini öğrenme, festivallere katılma, yörenin geçim kaynakları arasında yer alan zanaatlarla ilgilenme ve ürünleri satın alma gibi etkinliklere katılabilmektedir. Tarım bölgelerinde çiftliklerde çalışanlar ek iş olarak ziyaretçilere turizm hizmeti de sunmaktadırlar. Böylece tarımsal bölgelerde turizmin tarımla yer değiştirmesi söz konusu olmamakta, tarımla turizmin bütünleştirilmesi amaçlanmaktadır.

Tarımsal turizm ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel açılardan turistlere, çiftçilere ve ülke ekonomisine çok yönlü yararlar sağlamaktadır. Turistler açısından kent yaşamının stresinden uzaklaşmak, doğayla bütünleşmek, alışılmışın dışına çıkmak, farklı deneyimler ve beceriler kazanmak, doğal ve taze ürünlerin tadına bakmak ve satın almak gibi anlamlar içerirken, çiftçiler açısından yeni iş olanakları, ek gelir sağlamak, yoksulluğu ortadan kaldırmak ve daha refah yaşamak, geleneklerine ve kültürüne sahip çıkmak, kendi toprağında yaşamını sürdürmek gibi anlamlar taşımaktadır. Makro açıdan bakıldığında ise, kırsal alanların sürdürülebilir kalkınması, yoksulluğun azaltılması, göçün önlenmesi, çevrenin ve tarımsal alanların korunması, organik tarımın desteklenmesi gibi yararlar sağladığı görülmektedir.

Kırsal turizmin bir alanı olarak görülen tarımsal turizm, Avrupa'da kavram olarak 1980'li yıllarda gelişmeye başlamıştır. Tarımsal turizmin kırsal alanların gelişimi üzerindeki olumlu etkilerinin anlaşılmasıyla birlikte, birçok Avrupa ülkesinde önemli bir kalkınma stratejisi olarak benimsenmeye başlanmıştır. Avrupa Birliği ülkelerinde tarımsal turizmin gelişmesinde başlıca iki neden ileri sürülmektedir. Birincisi, turistlerin tarımsal turizme giderek artan ilgisidir. Kentlerde

yaşayanlar kısa bir süre için bile olsa, şehir yaşamından kaçarak nostalji yaşamak, kırsal alan veya çiftlik hayatına geri dönmek istemektedirler. İkincisi ise, büyük ölçekli ve endüstriyel tarım üretiminin olumsuz etkilerini gören tüketicilerin sağlıklı ve daha yüksek kaliteli ürünler için küçük ölçekli çiftçileri desteklemeleridir. Öte yandan, geleneksel kalkınma anlayışının ve kitle turizminin ekonomik büyümeyi sağlarken, doğal dengenin bozulmasına, kaynakların kıtlaşmasına, gelir dağılımında ve yaşam standartlarında bölgesel dengesizliklere yol açması, bu anlayışın sorgulanmasına yol açmış, yeni bir arayışın sonucu olarak “sürdürülebilir kalkınma” kavramı önem kazanmıştır. Sürdürülebilir kalkınmanın temel amacı, sadece ekonomik büyümeyi sağlamak değil, aynı zamanda çoğunluğun yaşam standartlarını iyileştirerek kırsal alanlarda yoksulluğu ortadan kaldırmak ve uzun vadede çevreyi ve doğal kaynakları korumaktır.

Sürdürülebilirlik çok boyutlu bir kavram olup, ekolojik, ekonomik ve sosyal hedefler içermekte ve bu üç boyut arasında bir denge sağlanarak birbirlerini tamamlamaları sağlandığı zaman gerçekleştirilebilmektedir. 1997 Amsterdam Antlaşması ile sürdürülebilirlik Avrupa Birliği’nin temel hedefi haline gelmiştir. Günümüzde üye devletler kendi kaynaklarını ve Avrupa Birliği fonlarından sağladıkları kaynakları, AB kırsal kalkınma politikası doğrultusunda kullanarak ekolojik, ekonomik ve sosyal açıdan kendi kalkınmalarını sağlamaktadırlar. 1990’lı yılların başlarında sürdürülebilirlik kavramı turizm sektöründe de kabul edilmeye başlanmıştır. Avrupa Birliği’nin sürdürülebilir kalkınma stratejisinin önemli ayaklarından biri de eğitimidir. Her AB ülkesinde farklı eğitim şekilleri kabul görmektedir. Bazı ülkelerde daha çok resmi eğitim ve mesleki eğitim kabul görürken, bazılarında kurs ve seminerler ve yaşamboyu öğrenim giderek yaygınlaşmaktadır.

Çiftliklerin sayısının ve istihdam olanaklarının azalması ve tarımdan elde edilen gelirin düşmesi, kırsal alandan kente göçü de tetiklemekte ve özellikle genç nüfusun kaybıyla kırsal alanlardaki nüfus yaşlanmaktadır. Bu nedenle, AB yapısal politikasının en önemli unsurlarından biri, “*kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi*” yoluyla kırsal alanlarda sürdürülebilir kalkınmanın korunması ve yaşam kalitesinin geliştirilmesi odaklı kırsal kalkınmanın desteklenmesidir. Tarımsal turizm, kırsal

ekonominin çeşitlendirilmesinde ve çiftçi ailelere ek gelir sağlanmasında bir strateji olarak görülmektedir. Çiftçilerin tarım işletmeleri dışında iş aramaları önleildiği gibi, tarım alanları da korunmuş olmaktadır. Bu nedenle, Avrupa Birliği, tarımsal turizmin gelişmesine, 1990'lı yıllardan itibaren destek vermeye başlamıştır.

Avrupa Birliği'nin eski ve yeni üyelerinin birçoğunda tarımsal turizm uygulamaları görülmekle birlikte, çalışmada tarımsal turizmin en fazla geliştiği ve başarılı uygulamaların yer aldığı yedi ülke incelenmiştir. Eski üye ülkelerden İngiltere, İtalya, İspanya, Portekiz ve Yunanistan, yeni üye ülkelerden ise Macaristan ve Polonya ele alınarak, tarımsal turizmi nasıl geliştirdikleri, sunulan ürün ve hizmetler ve idari yapılanmaları incelenmeye çalışılmıştır. İngiltere kırsal alanlarda turizmin gelişiminde uzun ve zengin bir geçmişe sahiptir. Daha çok tarımsal turizm yerine “*çiftlik turizmi*” kavramının kullanıldığı İngiltere’de turistlere çeşitli hizmetler sunulmakta ve giderek artan ölçüde yeni ürün ve hizmetlerle tarımsal turizm uygulamaları zenginleştirilmektedir. 1980’lerden sonra tarım işletmelerinden sağlanan gelirin ve istihdamın azalması, tarım işletmelerinin geleceğini ve kırsal alanların sosyo-ekonomik yapısını tehdit etmeye başlayınca, tarımsal turizm çiftçilerin gelir olanaklarını genişletecek önemli bir etkinlik olarak görülmüş ve AB’den çiftçilere sağlanan yapısal destekler değişime uğramaya başlamıştır. İngiltere’de çiftçilerle yapılan bir araştırmada çiftçilerin %63’ü turizmin kendileri için hayati bir önem taşıdığını ve gelecekte öneminin daha da artacağını söylemektedirler. 1981 yılında bir devlet kurumu olarak kırsal kalkınmayı destekleyen, çevre koruma, gıda üretimi ve standartları, tarım, balıkçılık ve kırsal toplumdan sorumlu DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs) kurulmuştur. Güçlü bir kırsal toplumun yaratılmasında “Bölgesel Kalkınma Ajansları” (BKA), yerel yönetimler ve “Kırsal Toplum Komisyonları” (KTK) ona destek sağlayan kuruluşlardır. Diğer bir tarımsal turizm pazarlama örgütü de, 95 farklı çiftlik tatil grubundan İngiltere, Galler ve İskoçya’da bulunan 1000’in üzerinde çiftliği bir araya getiren “Çiftlik Tatili Bürosu” (ÇTB) dur.

İtalya’da geleneksel turizm olgunluk aşamasındadır ve uluslararası rekabetten dolayı bir daralma yaşamaktadır. Bu durum turizmde farklılaştırmayı ve yeniden

canlandırmayı gerektirmektedir. İtalya’da bulunan 20 bölgenin her biri farklı bir İtalyan kültürüne sahiptir. Özellikle Grossetto, Toskana, Calabria ve Sardinya tarımsal turizmin en gelişmiş olduğu bölgeler arasında yer almaktadır. Hedef 1 kapsamı içinde yer alan ve önemli bir kısmı kırsal alanlardan oluşan Sardinya ve Calabria AB’den aldıkları yapısal fonlarla desteklenmiş, tarımsal turizm geliştirilerek ekonomik kalkınmaları gerçekleştirilmiştir. Bu bölgelerin kültürel mirasının, yöreye özgü tarımsal ürünlerin ve çevrenin korunması mümkün olmuştur.

Tarımsal turizm İspanya’da tarımsal işletmeleri yeniden yapılandıran ve gelirleri artıran çağdaş bir faaliyet olarak görülmüş ve kırsal alanlardaki nüfusun korunması için hemen benimsenmiştir. Tarımsal turizm faaliyetlerinde de ailenin önemli olması, misafirlerin ağırlanmasında tüm ailenin rolünün bulunması, İspanya’daki tarım sektörünün yapısına da uygun düşmüştür. Tarımsal turizm Portekiz’de de 1980’lerde tarımda yaşanan krize çözüm yolu olarak görülmüş, yeni gelir kaynakları yaratılması amacıyla daha çok pansiyonculuğa dayalı olarak yapılmaya başlanmıştır. Günümüzde sunulan hizmetler yörelere uygun olarak çeşitlendirilmekte ve müşterilerin taleplerini karşılayan ve onların tekrar gelmelerini sağlayan bir strateji izlenmeye çalışılmaktadır.

Alternatif turizm türlerinden biri olan tarımsal turizm Macaristan’da oldukça yeni bir olgu olup, kırsal turizm içinde “*köy turizmi*” olarak adlandırılmaktadır. AB sınıflandırmasına göre Macaristan’ın %98’i kırsal alan olarak görülmektedir. Bölgeler arasında coğrafi, politik ve ekonomik gelişme açılarından farklılıklar bulunmaktadır. Kırsal alanların temel sorunları, tarım işletmelerinin küçük olması, istihdam olanaklarının azlığı ve zayıf alt yapının yol açtığı ekonomik ve sosyal problemler ve buna bağlı olarak ortaya çıkan göçtür. Macaristan’da tarımsal turizm AB’ye katılımından sonra gelişme göstermiştir. AB’nin dördüncü büyük ülkesi olan Polonya’nın da yüzölçümünün büyük bir kısmı (%93) kırsal alanlardır ve bir tarım ülkesidir. AB’ye entegrasyonundan sonra, özellikle okul grupları, öğrenciler gibi genç insanların ve diğer grupların Polonya’ya ilgisi artmıştır. Bu gelişmede pahalı olmayan, gençleri ve grupları hedef alan kırsal/tarımsal turizm paketlerinin rolü bulunmaktadır. Polonya’da tarımsal turizmi geliştiren unsurlardan biri de organik

tarım yapan işletmelerin sayısının artmasıdır. Girişimcilerin %73'ü orta düzeyde eğitilmiş ve % 47'si genellikle Almanca ya da Rusça olmak üzere en az bir yabancı dili konuşabilen kişilerdir. Çiftliklerin %85,2'sinde turizm geliri ana gelir kaynağına ek olarak sağlanan bir gelirdir.

Türkiye'de turizm politikası 1963 yılında başlayan planlı kalkınma dönemiyle birlikte gelişme göstermiştir. Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) önceki kalkınma planlarından farklı olarak yedi yıllık bir dönem için hazırlanmıştır. Bunun nedeni kalkınma planının Avrupa Birliği mali yılı (2007-2013) ile uyumlu olmasının istenilmesidir. Planda, Türk turizmine talebin artırılmasının yanı sıra geri kalmış bölgelerin kalkınması için bu bölgelerde turizmin geliştirilmesi bir politika olarak önerilmektedir. Özellikle iş olanakları sınırlı olan, düşük gelir düzeyine sahip ve turizm potansiyeli olan yörelerin yeni bir geçim kaynağı olarak turizme yönelmesi öngörülmektedir. Türkiye turizm stratejisinin 2013 yılını hedefleyen "Turizm Eylem Planı"nda, 2023 yılına kadar turist sayısı ve turizm geliri açısından Türkiye'nin ilk beş ülke içinde yer alması hedeflenmekte ve sürdürülebilir turizm yaklaşımı içinde bölgesel dengesizliklerin giderilmesi benimsenmektedir. Turizmin çeşitlenmesi, öncelikli turizm türlerinin geliştirilmesi ve buna yönelik önlemlerin hangi zaman diliminde gerçekleştirileceği ve hangi kuruluşların sorumluluğu altında olacağı ele alınmaktadır. (2010-2013) döneminde kırsal kalkınma alanındaki öncelikli tedbir ve faaliyetleri içeren, ulusal kırsal kalkınma stratejisi ile uyumlu bir *Kırsal Kalkınma Planı* (KKP) hazırlanmıştır. Plan, Türkiye'nin ilk Kırsal Kalkınma Planı olması açısından da ayrı bir önem taşımaktadır.

Planda kırsal ekonominin geliştirilmesi ve iş imkanlarının artırılması amacına yönelik olarak üç ana grupta geliştirilen önlemler arasında ilk sırada kırsal turizmin geliştirilmesi bulunmaktadır. Dünyada tüketici eğilimlerindeki değişmeye bağlı olarak turizmin giderek artan bir çeşitlendirme içinde olması ve ülkemizin zengin doğal ve kültürel kaynaklara sahip olması, ancak bu potansiyelin yeterince iyi değerlendirilememesi, ülkemizde de kırsal alanların kalkınması açısından tarımsal turizmin önem kazanmasına yol açmaktadır.

Türkiye'nin kırsal alanlarıyla ilgili yapısal sorunları bulunmaktadır.

- Kırsal alanlar kentlere oranla yoksuldur,
- Tarım dışı istihdam olanakları sınırlıdır,
- Tarımdan elde edilen gelir düşük olduğu için, tarım gençler tarafından cazip görülmemektedir,
- Alt yapı sorunları bulunmaktadır,
- Bu sorunlar kırsal alanlardan kente doğru göçe neden olmaktadır.

Türkiye tarımsal turizm açısından zengin bir potansiyele sahip olmakla birlikte, tarımsal turizm ile ilgili etkinlikler yakın zamanda gelişmeye başlamıştır. tarımsal turizm açısından gelişme potansiyeli olan ve bazı araştırmaların yapıldığı Ankara'nın Kalecik ilçesi, İzmir'in Şirince ve Karaburun ilçeleri ve Isparta, tarımsal turizm potansiyeli ve sunulan hizmetler açısından incelenmiştir. Coğrafyası, iklimi, bitki ve hayvan çeşitliliği, gelenekleri ve kültürel değerleriyle bu yörelerin tarımsal turizm potansiyeli olduğu görülmektedir. Kalecik ve Şirince; üzümü ve şarabıyla, Karaburun zeytin, enginar, nergis ve sümbülüyle, Isparta ise gül ve gülden üretilen kırka yakın çeşitli ürünleriyle markalaşmaktadır.

Çalışmada İzmir'in Kemalpaşa ilçesine bağlı Cumalı ve Yeşilköy'ün Tarımsal turizm potansiyelini ortaya koymak, yöre halkının tarımsal turizmi geliştirmeye ilişkin istekliliğini ve çeşitli turistik hizmetleri verme konusundaki düşüncelerini belirlemek amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada tanımlayıcı bir araştırma modeli kullanılmış ve bilgi toplama yöntemi olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Toplam 150 haneden oluşan iki köyde her haneden 1 kişi olmak üzere 149 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılarak alınan cevaplar SPSS 16.0 programında değerlendirilmiştir.

Araştırma sonucu elde edilen bulgular çalışmada yedi ana alt başlık altında ortaya konulup değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu başlıklar;

- Yeşilköy'ün demografik özellikleri
- Yeşilköy'ün sosyo-ekonomik analizi,
- Yeşilköy sakinlerinin çiftçilik mesleği hakkındaki tutum ve düşünceleri
- Yeşilköy'deki göç durumu
- Yeşilköy sakinlerinin sosyo-kültürel yapısı
- Yeşilköy sakinlerinin çevre bilinci ve çevreye karşı tutumu,
- Yeşilköy sakinlerinin tarımsal turizme bakışı şeklindedir.

150 haneden oluşan Yeşilköy ve Cumalı köylerinde araştırmaya katılanların %65,1'i erkeklerden ve %34,9'u kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcılar ağırlıklı olarak (%67,8) ilkokul mezunu olup, kadınların erkeklere oranla daha az eğitilmiş olduğu ortaya çıkmıştır. Köyde, hanedeki ortalama kişi sayısı 3,99 olarak bulunmuştur. Araştırmaya katılanların %22,8'i herhangi bir sosyal güvenceye sahip değilken, diğerleri bir sosyal güvenlik kuruluşunun güvencesi altındadır. Yapılan analizde katılımcıların ortalama yıllık gelirinin 9.801.-TL olduğu bulunmuştur. En önemli gelir kaynakları tarımsal üretim ve emekli maaşlarıdır. Üreticilerin %60'ı gelirinin en azından yarısını çeşitli nedenlerden dolayı tarım dışından (emekli maaşı, kira, çocuklardan destek) elde etmektedir. Katılımcılarının yaşadıkları evlerin mülkiyet durumu incelendiğinde; %76,5'inin kendi mülkleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Üreticiler ağırlıklı olarak (%64,2) tek katlı binalarda yaşamakta, iki katlı (%34,5) ve üç katlı binalar (%1,4) da bulunmaktadır. Köyde yabancı dil bilme durumu araştırıldığında, araştırmaya katılanların %25'i, çoğunluğu İngilizce olmak üzere ailelerinde yabancı dil bilen kişi olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların gazete okuma ve televizyon izleme alışkanlıkları da belirlenmeye çalışılmıştır. Yarıya yakın bir kısmı her gün gazete okumakta, diğerleri daha seyrek ve %14,1'i ise hiç gazete okumamaktadır. Gazeteler büyük ölçüde kahvede okunmaktadır. Beş kişi de internette okuduğunu belirtmiştir. Gerek bu beş hanede internetin olması, gerekse köy kahvesinde yapılan görüşmeler esnasında değişik gazetelerin takip edildiğinin gözlenmesinden üreticilerin medyayı ve güncel haberleri düzenli takip ettiği anlaşılmaktadır. Cumalı ve Yeşilköy'de çok sayıda televizyon kanalının izlendiği ve en fazla izlenen kanalların TRT, Kanal D, Atv ve

Star olduğu gör÷lmektedir. En çok izlenen programlar haberler, dizi filmler ve filmlerdir. Tarım hakkında yeni ve pratik bilgiler edinebilecekleri tarım programlarının izlenme oranı ise %14,1 ile en alt sırada yer almaktadır.

Araştırma bulgularına göre; üreticilerin ortalama arazi varlığı 21,28 dekadır. Ankete katılanların hiç birisi 100 dekardan fazla bir arazi varlığı beyan etmemiştir. Üreticilerin yoksul olmasının arkasında yatan önemli nedenlerden biri de sahip oldukları arazilerin küçüklüğüdür. Ayrıca, araziler bölünmüş bir yapıya sahiptir. Üreticilerin sadece %30'unun arazisi tek parselde toplanmıştır. Araziler büyüdükçe bölünme oranı da artmaktadır. Temel olarak üretilen ürün zeytindir ve bu zeytinden elde ettikleri yağı satarak gelir sağlamaktadırlar. Eskiden çok daha yoğun biçimde üzüm üretilmesine karşın ekonomik nedenler ile bağların bozulması sonucu, üretim miktarında ciddi düşüş yaşanmış olan üzümün üretimi, katılımcıların %47,5'i tarafından gerçekleştirilmektedir. Son dönemde üretimine yeni yeni başlanan diğer önemli bir ürün kirazdır. Üreticilerin dörtte üçü sulama suyunun yetersiz olduğunu belirtmiştir. Tarımsal faaliyetlerinde suya erişim imkânı olan üreticiler tarlalarının dere kenarında olmasından dolayı sulu tarım yapabildiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bu üreticiler son dönemde köyde gelişmeye başlayan kiraz üretimine öncülük eden üreticilerdir. Gübre kullanımı araştırıldığında ise, üreticilerin önemli bir kesiminin (%65) ya hiç gübre kullanmadığı ya da hayvansal veya organik gübre kullandığı gör÷lmektedir.

Bulgulara göre; üreticilerin yaklaşık %15'i ürettikleri ürünleri sadece kendi ihtiyaçları için kullanırken, %56'sı ürettikleri ürünün dörtte üçü ile tamamı arasındaki bir kısmını satmaktadır. Geriye kalan kesim ise değişen oranlarda hem kendi ihtiyaçları için kullanmakta hem de başkalarına satmaktadır. Üreticilerin %70'den fazlası mahsulleri aracı tüccarlara satmaktadır. Köyde her ne kadar bir kooperatif bulunsada üreticilerin kendi aralarındaki anlaşmazlıklar yüzünden bu kooperatifi iyi işletemedikleri gör÷lmektedir.

Köyde eskiden çok yoğun bir şekilde yapılan hayvancılık, son 10 yılda artan maliyetler yüzünden bitme noktasına gelmiştir. Üreticilerin az bir kesimi daha çok

kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla hayvan yetiştirmektedir. Yetiştirilen hayvan turleri süt sığırıcılığı, koyun, keçi, tavuk ve arıcılıktır. Günümüzde artan et fiyatları nedeniyle hayvancılığın tekrar karlı olmaya başlamasına rağmen, sermaye eksikliği nedeniyle hayvancılığa başlamayı düşünmemektedirler. Bununla birlikte tarımsal turizmin gelişmesi açısından önemli bir avantaj olan çiftlik havyalarıyla temas olgusu değerdendirildiğinde turizm faaliyetleriyle meşgul olan hemen her ailede birkaç hayvanın olması ve turistlerin bu hayvanların bakımıyla ilgilenmesi, onları beslemesi ve bakımına katılması tarımsal turizm açısından önem taşımaktadır.

Üreticilerin yaklaşık yarıdan fazlasının organik tarım hakkında yüzeysel de olsa bilgiye sahip olduğu bulunmuştur. Ayrıca %80'e yakın bir kısmı çevrelerinde organik tarım yapan üreticilerin olduğunu söylemiştir ve katılımcıların yaklaşık dörtte üçü organik tarım yapmayı düşünmektedir.

Üreticilerin iftilik mesleği hakkındaki tutumlarını ölçmek için beşli Likert tipinde sorulan sorulara verdikleri yanıtların SPSS 16.0 programında ortalamaları alınmıştır. Verilerin güvenilirliği için yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha 0,704 olarak kabul sınırları içinde bulunmuştur. Üreticilerin iftilik mesleği hakkındaki tutumu için 0,95 standart sapma ile 2,49 değeri bulunmuştur. Bu da bize üreticilerin çiftçilik mesleği hakkında olumsuz sayılabilecek bir tutuma sahip oldukları sonucunu vermiştir. Üreticiler iftilik faaliyetinin sonucunda emeklerinin karşılığını alamamaktadırlar. Üretim faaliyetinin zor ve zahmetli olması buna karşılık kazançlarının az, maliyetlerinin ise yüksek olması nedeniyle beklentilerini karşılayamamakta ve çiftçilik mesleğine olumsuz bakmaktadırlar. Nitekim üreticilerin tarımsal faaliyetlerini en çok etkileyen faktör olarak *“girdi maliyetlerindeki değişmeler”* bulunmuştur. Girdi maliyetinin artması gelirleri üzerinde ciddi bir baskı yaratmaktadır. Ayrıca, *“hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi”* ve *“rn fiyatlarındaki değişiklik”* de tarımsal faaliyeti en çok etkileyen diğer faktörler olarak bulunmuştur. Ayrıca, çiftçilikle ilgili hiçbir seminer, toplantı veya tarla günü gibi aktiviteye katılmayanların oranının yüksek olması da üreticilerin çiftçilik mesleğine yönelik olumsuz sayılabilecek tutumunun bir diğer göstergesi olarak kabul edilebilir. Mesleği geliştirmeye yönelik isteklerinin az olması, çiftçilik

mesleğinden beklentilerini karşılayamamaları ve özellikle çocukları açısından çiftçilik mesleğini iyi bir gelecek olarak görmemeleriyle açıklanabilir. Nitekim araştırmada katılımcıların %79,5'i "*Çocuklarımla da bu işi yapmasını isterim*" ifadesi için hiç uygun değil veya pek uygun değil şeklinde cevap vermişlerdir.

Tarımsal faaliyetleri ve gelirleri etkileyen faktörlere karşı alınan önlemler arasında en fazla, "birden çok ürünün üretilmesinin tercih edildiği" görülmektedir. Bu üreticilerin son dönemdeki davranış biçimiyle de örtüşmektedir. Zeytinyağından umdukları geliri elde edemeyen çiftçilerin kiraz yetiştirmeye başlaması pratikte bu sonucu doğrular niteliktedir. Üreticilerin çok büyük bir kısmı ekonomik nedenlerle mahsullerini hemen elden çıkarmak zorunda kalmaktadırlar. Katılımcıların %72,2'si gelirlerini arttırmak için ürünlerini mamul haline getirip işleyerek satmayı uygun bulduklarını söylemiştir. Bu durum da köydeki mevcut realite ile örtüşmektedir. Üreticiler kendi sofralık tüketim ihtiyaçları için olan zeytini ayırdıktan sonra, geri kalanından zeytinyağı elde etmektedirler. Ayrıca üretilen üzümlerde kurutulup kuru üzüm olarak satılmaktadır. "*Aile bireylerinin köy dışında çalışması*" da katılımcıların yarıdan fazlası tarafından gelir arttırıcı bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Bu sonuç da "*Ailenizden kente göç eden var mı?*" sorusuna verilen yanıtla örtüşmektedir.

Üreticiler için önemli bir tarım dışı gelir kaynağı olan mozaik üretimi, köyde gerek bireysel olarak gerekse kooperatif aracılığıyla yapılmaktadır. Ankete katılanların yaklaşık %15'i mozaik üretimine katılmaktadır. Üreticilerle yapılan diyaloglardan bazı kişilerin kooperatife çeşitli nedenlerle güvenmedikleri ve birlikte hareket edip ortak bir pazarlama/satış faaliyeti gerçekleştirmek yerine, ürettikleri mozaikleri bireysel olarak satma yolunu tercih ettikleri anlaşılmıştır. Bu durum da sonuçta fiyat rekabetini getirip üreticilerin gelirleri üzerinde olumsuz bir etki yapmaktadır. Üreticiler köyün yeterince değerlendirilemeyen potansiyelleri olarak, orman ürünlerinden yeterince istifade edilemediğini, daha önce yoğun yapılan hayvancılığın geliştirilemediğini, daha fazla meyve ve sebze yetiştirilebileceğini, üzüm ve şarap üretiminin değerlendirilemediğini belirtmişlerdir. Araştırmanın konusunu oluşturan tarımsal turizmle ilgili soruda ankete katılanların %70'den

fazlası tarımsal turizmi ve turizmi köyün yeterince değerlendirilemeyen potansiyelleri arasında seçmiştir. Yine katılımcıların %60'dan fazlası el sanatları ve mozaik üretiminin daha fazla yapılabileceğini ve köyün bu potansiyelini daha iyi kullanması gerektiğini belirtmiştir. Bununla birlikte katılımcıların bazıları, üretilen mozaiklerin satışı ve pazarlaması konusunda bazı güçlükler yaşandığını ve öncelikle bu sorunun giderilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Yeşilköy'de her iki haneden birinde çocukların kente göç ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca köyde kalan gençlerin önemli bir kısmı her gün Kemalpaşa veya Torbalı'ya çalışmak için gidip gelmektedir. Ancak, köyden kente göç edenlerin ekonomik sorunlarının tamamının çözülmediği görülmekte ve kente göç eden köylülerin yarıya yakın bir kısmının köydeki yakınlarının aynı ve nakdi desteğine ihtiyaç duydukları görülmektedir. Özellikle, İzmir ve ilçelerine göç etmiş olan köylülerin sıklıkla köylerini ziyaret ettikleri ve köy yaşamıyla bağlarını tam olarak koparmadıkları görülmektedir. Ayrıca bu kişiler, gerek bu hafta sonu yapılan ziyaretlerde, gerekse diğer izin ve geçici işsizlik gibi durumlarda köyde yapılan tarımsal aktivitelere katılarak köydeki tarımsal üretime katkıda da bulunmaktadır. Köylülerin aslında kente göçü ekonomik bir zorunluluktan tercih ettikleri ve kırsal alandaki hayatlarından vazgeçmek istemedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların "*Gençlerin köyde kalması için neler yapılabilir?*" şeklinde sorulan soruya verdiği cevaplar;

- Gençlerin köyde kalması için tarımsal faaliyetlerin yeterince gelir getirmesi,
- Yeni iş olanaklarının yaratılması ve daha iyi sosyal güvenlik imkanlarının sağlanması,
- Köyün sulama sorununun çözülmesi,
- Köye yakın bir yerde fabrika ve/veya sanayi imkanlarının olması,
- Mozaik, el sanatları, turizm gibi ek gelir getirecek iş olanaklarının yaratılması şeklindedir.

Katılımcıların çevre bilinci ile gelir düzeyleri, yaş grupları ve eğitim düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmek için oluşturulan hipotezler SPSS 16.0 programında ANOVA testine tabi tutulmuştur. Buna göre, çevre bilincinin gelire ve eğitim durumuna göre değişmediği fakat yaş grubu itibarıyla değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu deneyimin etkili olduğunu ve yaş ilerledikçe çevreye ilişkin tutumun değiştiğini düşündürmektedir.

Üreticilerin turizme ve özellikle tarımsal turizme yönelik düşüncelerini ortaya koymak için katılımcılara hasat ve gıda festivallerinin düzenlenmesi, günübirlik ziyaretler, turistlerin konaklamalı ziyaretlerde bulunması, arazilerinin turistlerce kiralanması ve kullanılması, konaklamalı gelen turistlere çeşitli hizmetler verip vermeyecekleri konularında sorular sorulmuştur. Araştırmaya katılanların %90'a yakın kısmı köyde gıda ve hasat festivallerinin düzenlenmesini isteyerek, bu tür faaliyetlerin ürünlerini doğrudan satma fırsatı sunacağını belirtmiş, aslında bu konuda belirli bir bilinç düzeyinde olduklarını da göstermişlerdir. Anket sırasında katılımcılarla yaşanan diyaloglardan; köyde daha önceden düzenlenen mozaik kurslarına gelen kursiyerlere aynı zamanda çeşitli ürünlerin de satıldığı ve üreticilerin sınırlı düzeyde de olsa ürünlerini doğrudan satış deneyimi yaşadığı anlaşılmıştır. Üreticilerin %98,7'sinin turistlerin günübirlik ziyaretine olumlu baktığı, %94,7'sinin konaklamalı ziyarete olumlu baktığı, %94,8'inin kahvaltı hizmeti sunmaya, %94,6'sının öğle ve akşam yemeği sunmaya istekli olduğu görülmektedir.

Arazilerinin bir bölümünün piknik alanı olarak ayrılmasına, çadırli kamp yapılmasına, bağ evi kurulmasına, ev pansiyonculuğu yapılmasına ve motel kurup işletmecilik yapılmasına ilişkin isteklerde önceki gruba oranla giderek bir azalmanın ortaya çıktığı görülmektedir. Bu düşüşün ardında yatan nedenler; böyle bir hizmet sunmak için yapılacak yatırımın maliyeti, çekingenlik ve tanımadığı kişileri evlerinde misafir etme konusundaki tereddütler olduğu katılımcılar ile yapılan diyaloglara istinaden öngörülmektedir. Bir motel kurup işletme düşüncesini katılımcıların ancak %41,7'si sahiplenmektedir. Bu da turizm faaliyetleri ile ilgili sorulara verilen cevapların içinde en düşük destek oranıdır. Sonucun böyle

çıkmasının ardında üreticilerin bu tür bir girişimde bulunacak yeterli sermaye ve deneyimlerinin olmaması etkili olmaktadır.

Tarımsal turizm açısından önemli bir etkinlik olan ve turistlerin doğa ve tarımla bütünleşmesini sağlayan, yetiştirilen ürünlerin tarladan ve/veya ağaçlardan turistlerce toplanması konusunda yüksek düzeyde isteklilik bulunmuştur. Arazinin bir bölümünün tarımsal faaliyet yapmak isteyen turistlere kiraya verilmesi araştırıldığında ise buna olumsuz bakanların oranı (%26,8) artmıştır.

Üreticilerin tarımsal turizme verdikleri destek seviyesini ve üreticilerin çeşitli turizm hizmetlerini verme konusundaki isteklerini ölçmek için beşli Likert biçiminde sorulmuş olan sorular SPSS 16.0 programı kullanılıp FAKTÖR ANALİZİ'ne tabi tutularak tek bir faktöre indirgenmiş ve *“tarımsal turizme verilen destek”* ve *“turizm hizmetleri verme isteği”* olarak adlandırılmıştır. Yapılan analizlerde; katılımcıların yaş düzeylerine göre tarımsal turizme verilen destek düzeylerinde bir fark bulunamamış, fakat kadınlar ile erkekler arasında turizm hizmetleri verme isteği arasında fark olduğu ve kadınların erkeklerden daha fazla turizm hizmetleri verme isteğine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çevre bilinci ve çevreye karşı tutumla katılımcıların turizm ve tarımsal turizm hizmetleri verme istekleri arasında olması beklenen olumlu yöndeki ilişki korelasyon analizine tabi tutulmuş, iki değişken arasında pozitif yönde (aynı yönlü) ama çok kuvvetli olmayan bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yeşilköy'de yapılan araştırmadan elde edilen yukarıdaki bulgular tarımsal turizm konusunda önemli bir potansiyelin ve üreticilerde tarımsal turizmin çeşitli etkinliklerinin yapılmasına ilişkin güçlü bir istekliliğin bulunduğunu göstermektedir. Köyde tarımsal turizmin geliştirilmesi, yeni gelir kaynakları yaratması, istihdam olanaklarının geliştirilmesi, köyün temel sorunlarından olan gençlerin köyü terk ederek kentlere göç etmesi gibi sorunların çözümüne katkı sağlayacaktır. Çevresindeki ormanlık alanlar ve bozulmamış doğal çevresi ile organik tarıma elverişli olan ve üreticilerin organik tarımla ilgili yüzeysel bilgilerine rağmen, organik tarım yapma konusundaki isteklerinin yüksek olması, mozaik üretimi gibi el

sanatlarının başlamış olması, sadece iş olanaklarının geliştirilmesi, yoksulluğun önlenmesi bakımından değil, aynı zamanda mevcut potansiyelin daha iyi değerlendirilmesi kültürel mirasın, tarım alanlarının ve çevrenin korunması açısından da yararlı olacaktır. Bununla beraber köyde tarımsal turizmin geliştirilmesine ilişkin sorunlar da bulunmaktadır. Bu amaçla gerek ulusal düzeyde gerekse yerel düzeyde aşağıdaki önlemlerin alınması yararlı olacaktır.

Ulusal düzeyde alınması gereken önlemler;

- Kültür ve Turizm Bakanlığının bünyesinde tüm Türkiye çapında her yöreye özgü; ürünlerin, yemeklerin ve el sanatlarının haritaları çıkarılmalı ve elde edilen bilgiler çerçevesinde tarımsal turizm faaliyetleri teşvik edilmelidir. Bu çerçevede her yöreye özgü ürünler dikkatlice araştırılıp pazarlanmalı ve farklı yerlerdeki tarımsal turizm merkezleri ile bunların ürün ve hizmet sunumları birbirlerini destekleyecek şekilde planlanmalı ve desteklenmelidir. Bu planlama esnasında dikkat edilmesi gereken en önemli hususların başında teşvik edilen tarımsal turizm merkezlerinin birbirleriyle rekabete girmeyecek tam aksine birbirlerini destekleyecek şekilde organize edilmeleridir.
- Ulusal çapta bir tarımsal turizm birliği kurulmalı ve bu birlik planlı bir şekilde yerel ve bölgesel düzeyde örgütlenirken uluslararası düzeyde de benzer birliklere üye olunmalıdır.
- Özellikle gençlerin çok daha aktif kullandığı internet ve sosyal medyada yer almak, erişim için portallar kurmak ve bu ortamlarda çok dilli e-broşürler hazırlamak çevrimiçi satış ve rezervasyon hizmetleri ilk olarak yapılması gereken işlerin başında gelmektedir.
- Özellikle gençleri hedef alan, ama yaşamboyu öğrenme türü eğitim programlarıyla orta yaş grubu bireyleri de ihmal etmeyen eğitim ve sertifika programları hayata geçirilmelidir. Bu programlar aracılığıyla tarımsal turizmin geliştirilmesi için elzem olan; çevre, organik tarım, turizm, iletişim, sağıklama (sanitasyon) ve yabancı dil gibi konularda temel düzeyde ama işlevsel bilgiler verilmesi mevcut koşullardaki eğitim eksikliğinin kapatılmasında önemli bir rol oynayacaktır.

- Yapılan anket çalışmasında herhangi bir turizm hizmeti verme konusunda maliyetlerin arttıkça bu hizmetleri verme isteğinde bir azalma olduğu gözlenmiştir. Bu da tarımsal turizme ve kırsal alanlardaki diğer turizm faaliyetlerine verilmesi gereken desteklerin önemine işaret etmektedir. Bu çerçevede hem ulusal düzeyde hem de yerel düzeyde kalkınma ajansları aracılığıyla verilen daha etkin ve faydalanılması daha kolay fonlar oluşturulmalıdır. Ayrıca ulusal düzeyde bir bilgilendirme seferberliği düzenlemeli; kamu kurumları, üniversiteler ve sivil toplum örgütlerinin işbirliğiyle eşgüdümlü bir şekilde bu desteklerden nasıl faydalanılacağı toplumun ilgili kesimlerine anlatılmalıdır.
- Yeşilköy örneğinde gençlerin ve orta yaşların başlarında olan bireylerin ortalama çevre bilincinin ve çevreye karşı tutumlarının orta yaş grubundaki bireylerin ortalama değerlerinin altında kalması, özellikle gençlere yönelik eğitim seminerlerinin düzenlenmesini gerekli kılmaktadır. Ayrıca uzun vadeli bir makro planlamayla okullarda temel eğitim seviyesinde çevre konusunda bireyleri bilinçlendirecek müfredatların hazırlanması sadece turizm açısından değil sürdürülebilir kalkınma açısından da önem arz etmektedir.

Yerel düzeyde (Yeşilköy örneğinde) alınması gereken önlemler ve düzenlemeler;

- Çiftçilerin turizm hizmetleri konusundaki bilgilerinin yetersiz olması bu konuda da eğitimi gerekli kılmaktadır. Tarımsal turizmin geliştirilmesine kadınların da istekli olması yemek yapımı ve turistlere diğer hizmetlerin sunulmasında avantaj olarak görülmelidir.
- Üreticilerin şimdiye kadar başaramadığı sulama suyu ile ilgili sorunun çözülmesi gerekmektedir. Mevcut su olanaklarının analiz edilerek köyün sulama suyunun geliştirilmesi sağlanmalıdır.
- Sulama suyu probleminin çözülmesi meyve-sebze yetiştiriciliğini de geliştirecek ve köyün gelir kaynaklarını artıracaktır.

- Girdi maliyetlerinin yükselmesi nedeniyle önceleri çok daha iyi düzeyde yapılan hayvancılık teşvik edilmelidir.
- Organik tarım konusunda üreticilerin büyük ölçüde istekli olduğu görülmüştür. Dünyada giderek önemi artan organik tarım konusunda çiftçiler bilgilendirilmeli ve organik tarım, tarımsal turizm ile birlikte teşvik edilmelidir.
- Üreticilerin önemli problemlerinden biri üretilen ürünlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlardır. Ürünler değerinin altında fiyatlarla satılmaktadır. Bu amaçla kurulan kooperatif iyi bir başlangıç olarak görülmekle birlikte, üreticilerin güvenini kaybedecek ölçüde iyi çalıştırılmamaktadır. Etkinliklerin ve ürünlerin tanıtımı ile pazarlanması için kooperatifteki sorunlara çözüm yolları geliştirilmelidir.
- Girdi maliyetlerinin yüksek olması ve ürünlerin para etmemesi nedeniyle üreticilerin çiftçiliğe olumsuz baktıkları görülmektedir. Bu durum tarımın dışında istihdam olanağı olmayan köyden gençlerin göç etmesine neden olmaktadır. Tarımsal turizm ürünlerin birinci elden satılmasını sağlayacağından tarımın daha da geliştirilmesine yol açacaktır.
- Mozaik yapımı köyün önemli bir potansiyeli olarak görülmektedir. Mozaik yapımı turistlerin de katılabileceği bir etkinlik olduğu gibi, üretilen ürünlerin ve hediyelik eşyaların satışı önemli bir gelir kaynağına dönüşebilir.
- Tarımsal turizmin gelişmesi köyün şu anda yapılmayan şarapçılık gibi bazı potansiyellerini de geliştirebilir. Üreticiler ürettikleri ürünleri kendilerinin mamul madde haline getirilmesinden yana olmakla birlikte, bazı üreticiler dini nedenlerle köyde şarap üretimine olumsuz yaklaşmaktadırlar.
- Konaklama olanaklarının geliştirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Üreticilerin günübirlik turizm, kahvaltı, öğle ve akşam yemekleri sunma konusundaki istek düzeyleri yüksektir. Başlangıçta bu hizmetler ile tarımsal turizm başlar ve etkin bir şekilde yürütülebilirse, üreticilerin artan turizm gelirleri nedeniyle konaklama olanakları

geliştirilebilir ve mevcut yapılar değerlendirilerek köy daha estetik bir görünüme de kavuşturulabilir.

Türkiye’de son dönemde gelişmeye başlayan tarımsal turizm uygulamaları, gerek ABD, gerekse AB ülkelerindeki uygulamaların hem nicelik hem de nitelik olarak çok gerisinde olmakla birlikte önemli bir gelişme potansiyeline sahiptir. Gerek gelişmiş ülkelerde, gerekse gelişmekte olan ülkelerde kırsal alanların yapısal sorunlarını çözmekte ve üreticilere düzenli bir tarım dışı gelir kaynağı yaratmak için kullanılan tarımsal turizm faaliyetleri Türkiye’de etkin bir şekilde hayata geçirilebilirse, kırsal alanlardaki altyapı, işsizlik, düşük gelir ve yoğun göç verme gibi yapısal sorunların çözümüne ciddi katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

AKAT, Ömer, **Turizm İşletmeciliği**, Motif Matbaası, İstanbul 2000.

AVCIKURT, Cevdet, **Turizm Sosyolojisi:turist-Yerel Halk Etkileşimi**, 2.b., Detay Yayıncılık, Ankara 2007.

AYMANKUY, Yusuf, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Detay Kitap ve Yayıncılık, Ankara 2003

BARUTÇUGİL, İsmet Sabit, **Turizm İşletmeciliği**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 1989.

BOZ, Necip ve ulvi Hocaoglu, **Turizm Hukuku**, Seçkin Yayıncılık San. Ve Tic. A.Ş., Ankara 2008.

CAN, Halil ve Semih Güner, **Turizm Hukuku**, Ankara 2000.

Clem Tisdell ve Keith Hartley, **Microeconomic Policy: A New Perspective**, Edward Elgar Publishing, London 2008.

COOPER, Fletcher C., J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, **Tourism: Principles and Practice**, Pearson Education 2008.

DEFRANCESCO, Edi ve Luca Rossetto. “From Niche to Market: The Growth of Organic Business in Italy”, **Organic Food: Consumers’ Choices and Farmers’ Opportunities**, der. Maurizio Canavari ve Kant D. Olson, Springer 2007.

EDGEELL, David, L., Maria DelMastro Allen, Jason Swanson ve Ginger Smith. **Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow**, Elsevier Inc., Oxford UK 2008.

ERDEM, Ece Enis, Turizm Sosyolojisi Rehberlik Kursları Ders Notları, Antalya 1987.

ERDUT, Zeki, **Küreselleşme Bağlamında Uluslar arası Sosyal Politika ve Türkiye**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir 2002.

EUROSTAT, Regional Yearbook 2010, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2010.

FENNELL, David A., “Ecotourism: An Introduction”, GBR Routledge, London 1999.

GOELDNER, Charles R. ve J.R. Brent Ritchie, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, John Wiley and Sons., Inc., NewYork 2005.

HALL, Colin Michael ve Stephen Page, **The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place And Space**, 3.b, Routledge 2006.

HEWITT, Mariat. “Defining Rural Areas: Impact on Health Care Policy and Research”, **Health Program Office of Technology Assessment Congress of the United States**, Washington D.C., 20510-8025, July 1989.

HIGHAM, James, **Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis**, Elsevier Ltd.,Oxford 2005.

HIGHAM, James, **Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis**, Elsevier Ltd.,Oxford 2005.

HOLDER, Andrew, **Envirement and Tourism**, 2.b., Routledge, London, 2008.

HORNER, Susan ve John Swarbrook , **Marketing Tourism Hospitality and Leissure in Europe**, 1.b., International Thompson Business Pres, Oxford 1996.

Hudson, S., “Winter Sport Tourism in North America” **Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues**, der. Ritchie, Brent W; Hall, C. Michael; Cooper Chris, Channer View Publication, 2004.

İÇÖZ, Orhan, Ebru Günlü ve Burcu Selim Yılmaz. **Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler**, Turhan Kitabevi, Ankara 2007.

İÇÖZ, Orhan, **Turizm Ekonomisi**, 3.b., Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara 2005.

JORDAN, Peter , “Tourism and EU Enlargement: a Central European Perspective”, **Tourism in the New Europe: the Challenges and Opportunities of EU**, der. Derek R. Hall, Barbara Marciszewska, Melanie K. Smith, CABI Publishing , Wallingford, Oxfordshire, GBR, 2006.

KUEHN, Diane, Duncan Hilchey, Douglas Ververs Kara Lynn Dunn ve Paul Lehman, **Considerations Agritourism Development**, NY Sea Grant, SUNY Oswego 2000.

LUNDBERG, Donald E. , M.H. Stavenga ve M. Crishnamoorthy, **Tourism Economics**, John Wiley and Sons. Inc., NewYork 1995.

McINTOSH, Robert W. ve Charles R. Goldner, **Tourism: Priciples, Practices, Philosophies**, 6.b., John Wiley and Sons., Inc., NewYork 1990.

McKERCHER, B. ve H. Cros, **Culturel Tourism, The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management**, The Hawort Press, NewYork 2002.

MILL, Robert Christie ve Alastair M. Morrison, **The Tourism System: An Introductory Text**, 2 b., Prentice-Hall International Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 1992.

MILL, Robert Christie, **Tourism The International Business**, Prentice-Hall International Editions, Singapore, 1990.

OLALI, Hasan ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir 1988.

ÖZDEMİR, Mehmet, **Turizm Nedir?: Kitap Özetleri**, TC. Turizm Bankası A.Ş., Araştırma ve Eğitim Başkanlığı Dizisi:1, Ankara.

PAGE, Stephen ve Joanna Connell, **Tourism : a modern synthesis**, 2.b., Cengage Learning EMEA, 2006.

PODRUZIŠ, Szilard. “The State of Farm and Rural Income Diversification in Hungary”, **Farm Commercialisation and Income Diversification on the Road to EU Accession**, der: Stjepan Tanic and Tomasz Lonc, FAO, Czech Republic, 2-6 November 2003.

RITCHIE, Brent W. ve Daryl Adair, “Sport Tourism: An Introduction and Overview”, **Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues**, der. Brent W. Ritchie, C. Michael Hall ve Chris Cooper Channel View Publications, 2004.

Roma Antlaşması, çev. ve der. Haluk Günuğur, 2.b., Barışcan Matbaacılık, Yayıncılık ve Reklamcılık, Ankara 1988.

SEZGİN, Orhan Mesut, **Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**, Detay Yayıncılık, Ankara 2001.

SZNAJDER, Michal, Lucyna Przezborska ve Frank Scrimgeour, **Agritourism**, MPB Boks Group, UK, 2009,

TEKELİ, Hasan, **Turizm Pazarlaması ve Planlaması**, Detay Yayıncılık, Ankara 2001.

TUNÇ, Azize ve Firuzan Saç, **Genel Turizm: Gelişimi-Geleceği**, Detay Yayınevi, Ankara 1998.

USTA, Öcal, **Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım**, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti. Ankara 2008.

VANSLEMBROUCK, I. ve G. Van Huylenbroeck, **Landscape Amenities: Economic Assessment of Agricultural Landscape**, Netherlands 2005.

WARN, Sue, **Recreation and Tourism**, Nelsen Thornes Ltd., UK, 1999.

WILLIAMS, P. ve diğerleri, **Agritourism Market and Product Development Status Report**, Centre for Tourism Policy and Research, Simon Fraser University, Burnaby, BC, Canada, 2001.

YAĞCI, Özcan, **Turizm Ekonomisi**, 2.b., Detay Yayıncılık, Ankara 2007.

Makaleler

AKPINAR, Nevin, İlkden Talay, Coşkun Ceylan ve Sultan Gündüz. “Rural Women and Agrotourism in the Context of Sustainable Rural Development: A Case Study from Turkey”, **Kluwer Journal**, 6, 2004, ss.573-486.

BALAMOU Eudokia ve Demetrios Psalttopoulos. “Nature of Rural-Urban Interdependencies and Their Diffusions Patterns In Southern Greece: An Interregional Sam Model”, **RURDS**, Vol:18, No.1, March 2006, ss.60-83.

BARCLAY, Christopher. “Farm Diversification, Countryside and Planning”, **Library House of Cammons**, Standard Note:SN/SC/3158, 27 March 2009, ss.1-13.

BARLAS Y., D. Damianos, E. Dimara, C. Kasimis ve D. Skuras. “Factors Influencing the Integration of Alternative Farm Enterprises Into The Agro-Food System”, **Rural Sociology**, 66(3) 2001, ss-342-358.

BRSCIC, Kristina. “The Impact of Agrotourism on Agricultural Production”, **Journal of Central European Agriculture**, Volume 7, No 3, 2006, ss.559-564.

BUDAY, S., Z. Federicova ve R. Vajcikova.“Diversification of farm Business”, **Agricultural Economy**, 55 (2), Czech, 2009, ss.77-83.

CABALLE, Alba. “Farm Turism in Spain: a Gender Perspective”, **GeoJournal**, 48, 2000, ss.245-252.

CHE, Deborah, Ann Veeck ve Gregory Veeck. “Sustaining Production and Strengthening the Agritourism Product: Linkages Among Michigan Agritourism Destinations”, **Agriculture and Human Values**, 22, 2005, ss.225-234.

ÇAKIR, Mesut ve Aziz Bostan. “Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri ile Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi ile Değerlendirilmesi”, **Anotolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, Eylül-Aralık, 2000, ss.35-44.

ÇEKEN, Hüseyin. Levent Karadağ ve Taner Dalgın “Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Kalkınma ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma”, **Artvin Çoruh Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi**, 8 (1) Artvin 2007, ss.1-14.

ÇIKIN, Ayhan, Hüseyin Çeken ve Metin Uçar. “Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-turizm ve Ekonomik Sonuçları”, **Tarım Ekonomisi Dergisi**, 15(1), 2009, ss.1-8.

ÇİÇEK, Olgun ve Işıl Özgen. “Avrupa Birliği’nde Turist Hakları ve Adaylık Sürecinde Türkiye’deki Uygulamalar” **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:v3, Sayı: 3, İzmir 2001, ss.139-153.

DESHINGKAR, Priya ve Cladua Natali. “Integral Migration”, **World Migration 2008: Managing Labour Mobility in the Evolving Global Economy**, International Organization for Migration, Volume.7, Number:4, ss.173-187.

DUDAŞ, Anca, Mirela Mitulescu. Ve Alina Moşoiu. “The Montane Tourism and Agrotourism in Romania”, **Analele Universitatii Din Oradea Fascicula: Ecotoxicologie, Zootehnie si Tehnologii de Industrie Alimentara**, Vo. VII, Anul 7, 2008, ss.758-763.

EMEKLİ, Gözde. “Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm”, **Ege Coğrafya Dergisi**, 14. İzmir 2005, ss.99-107.

ERTAN, Adnan ve Özlem Güzel. “Tarım Turizmi Kavramı ve Isparta’nın Tarım Turizmi Açısından Değerlendirilmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Yıl:2008/1, Sayı:7, Isparta 2008, ss.81-96.

FİRLEJ, Krzysztof ve NIEDZIOŁKA, Arkadiusz. "Agritourism As A Factor of Local Development In the Malapolska Region", **Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu**, Roczniki Naukowe tom IX, Zeszyt 2., ss.91-96.

GRANDI, Cristina ve Alessandro Triantafyllidis. "Organic Agriculture in Protected Areas: The Italian Experience", **Natural Resources Management Environment Department, Food and Agriculture Organization of the United Nations**, Rome September 2010, ss.1-29.

GUERRA, Laura Sanchez. "For Physically Disabled Customers", **European Tourism Management**, United Kingdom 2002/2003, ss.1-99.

GÜRLÜK, Serkan. "Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Sürdürülebilir Kalkınma", **Uludağ Üniversitesi İktisat Fakültesi Dergisi**, Cilt 19, Sayı: 4, Kış Dönemi Aralık 2001, ss.1-12.

HALL, Derek. "Rural Tourism Development in Southeastern Europe: Transition and the Search for Sustainability", **International Journal of Tourism Research**, 6, 2004,

HASANOĞLU, Mürteza ve Ziya Aliyev. "Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Ajansları", **Sayıştay Dergisi**, Sayı: 60, Ankara 2006, ss.81-103.

HEATHERINGTON, Tracey. "Ecology, alterity and Resistance in Sardinia", **Social Anthropology**, 9,(3),2001, ss.289-306.

HEGARTY Cecilia ve Lucyna Przezborska. "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, 2005, ss.63-77.

IAKOVIDOU Olga ve Stavriani Koutsou. “The Role of Women’s Agrotourism Cooperatives to the Development of Rural Tourism In Greece”, **Thessaloniki**, June 2007, ss.1-11.

JANNACH, Diamater, Markus Zanker, Markus Jessenitsching ve Oskar Seidler. “Developing a Conversational Travel Advisor with Advisor Suite”, **Information and Communication Technologies in Tourism 2007**, Der. Marianna Sigala, Luisa Mich ve Jamie Murphy, SpringerWien, NewYork 2007, ss.43-52.

KOVACH, Imre ve Luca Kristof. “Non-agricultural Economies as a Factor of Rural Sustainable Development in Hungary”, Local **Food Production, Non-Agricultural Economies and Knowledge Dynamics in Rural Sustainable Development: The Czech, Hungarian and Polish Cases**), der: Krzysztof Gorlach and Imre Kovach, Institute for Political Science Hungarian Academy of Sciences, Budapest, 2006, ss.73-85.

KUO, Nae-Wen, Yin-Jen Chen ve Chiou-Lien Huang. “Linkages between Organic Agriculture and Agro-ecotourism”, **Renewable Agriculture and Food Systems**, 21:4, 2006, ss.238-244.

KUTER, Nazan ve H. Emre Ünal. “Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-kültürel Etkileri”, **Kastomonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi**, No 9 (2), Kastomonu 2009, ss.146-157.

KÜÇÜKALTAN, Derman, Adil Oğuzhan, Sudi Apak ve Ebru Z. Boyacıoğlu. “Bölgesel Kalkınmada Kültürel Turizmin Etkisi: Kırkpınar Yağlı Güreşleri Örneği”, **Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 6, Sayı:1, Haziran 2005, ss-1-22.

LOPEZ, Eduardo Para ve Francisco Javier Calero Garcia. “Agrotourism, Sustainable Tourism and Ultraperipheral Areas: The CASE OF Canary Islands”, **Pasos**, Vol. 4, No.1. 2006. ss.85-97.

LOVERSEED, H. "Winter Sports in North America", **Travel & Tourism Intelligence**, 2000-6, ss.45-62.

MACLEOD Donald V.L., "Alternative Tourism: A Comparative Analysis of Meaning and Impact", **Global Tourism**, der. William F. Theobald, 3. b., Butterworth Heinemann, 2005, ss.123-139.

MANSURY, Yuri ve Tadayuki Hara. "Impacts of Organic Food Agritourism on a Small Rural Economy: A Social Accounting Matrix Approach", **The Journal Analysis Policy**, Special Section: Tourism and Regional Science, JRAP 37(3),2007, ss.213-222.

MAZILU, Mirela ve Anica Iancu. "Agrotourism-An Alternative For A Sustainable Rural Development", **Geotour**, Kosice 5-7 October 2006, ss-162-165.

McGEHEE Nancy Gard ve Kathleen Andereck. "Volunteer Tourism and the Voluntoured the Case of Tijuana, Mexico", **Journal of Sustainable Tourism**, Vol.17, No.1, January 2009,ss.39-51.

MİCHAEL, Alun. "UK Rural Policy: A Holistic Approach", **The Future of Rural Policy**, OECD, 2003, ss.35-44.

NEIROTTI Lisa Delpy. "An Introduction to Sport and Adventure Tourism", **Sport and Adventure Tourism**, der. Simon Hudson, The Haworth Pres, Inc., New York 2003, ss1-26.

NİCKERSON, Norma Polovitz ve diğerleri. "Agritourism: Motivations Behind Farm/Ranch Business Diversifications", **Journal of Travel Research**, Vol.40., August 2001, ss.19-26.

ORHAN, Tuba ve Faris Karahan. “Uzundere İlçesi ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, **Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, 11(1), Artvin 2010, ss.27-42.

OVALI, Pınar Kısa. “Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması”, **YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi**, Cilt 2, Sayı 2, 2007, ss.64-79.

ÖZDEMİR, Ayşe. “Ankara-Kalecik İlçesi ve Yakın Çevresi Peyzaj Potansiyelinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi”, **Bartın Orman Fakültesi Dergisi**, Cilt:11, Sayı:15, 2009, ss.61-70.

ÖZTÜRK, Turgut ve Murat Mengüloğlu. “Sürdürülebilir Kalkınmada Fiziksel Kırsal Alan Planlaması”, **OMÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi**, 23(3), 2008, ss.209-215.

PANIAGUA, Angel. “Urban-Rural Migration, Tourism Entrepreneurs and Rural Restructuring in Spain”, **Tourism Geographies**, 4 (4), 2002, ss.349-371.

PEARCE, Douglas G. “Alternative Tourism: Concepts, Classifications and Questions”, **Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism**, der. Valene L. Smith ve William R. Eadington, University of Pennsylvania Pres, 1992, ss.15-30.

PHILIP, Sharon, Colin Hunter ve Kirsty Blackstock, “A Typology for Defining Agritourism”, **Tourism Management**, No:31, 2010, ss.754-758.

PIGRAM, John J. “Alternative Tourism: Tourism and Sustainable Resource Management”, **Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism**, der. Valene L. Smith ve William R. Eadington, University of Pennsylvania Pres, 1992, ss.76-87.

PSALTOPOULOS, Demetrios ve diğerkleri. “Rural-Urban Impacts of CAP Measures in Greece: An Inter-regional Sam Approach”, **Journal of Agricultural Economics**, Vol.57, No.3, 2006, ss.441-458.

PULINA, Manuela, Domenica Giovanna Dettori ve Antonello Paba. “Life Cycle of Agrotouristic Firms in Sardinia”, **Tourism Management** 27, 2006, ss.1006-1016.

RAMON, M. Dolors Garcia- ve diğerkleri. “Farm Tourism, Gender and The Environment in Spain”, **Annals of Tourism Research**, Vol. 22, No. 2, 1995, ss.267-282.

RATZ, T. ve L. Puczko. “Rural Tourism and Sustainable Development in Hungary”, **Rural Tourism Management: Sustainable Options**, der.D. Hall ve L. O’Hanlon, International Conference, Conference Proceedings, Scottish Agricultural College, Auchincruive, Ayr, Scotland, UK, 1998, ss.450-466.

ROBINSON, Tom ve Sean Gammon. “A Question of Primary and Secondary Motives: Revisiting and Applying the Sport Tourism Framework”, **Journal of Sport Tourism**, Volume: 9 Number: 3, 2004, ss.221-233.

SEMENDEROĞLU, Adnan ve Raziye Olan (Çakıcıoğlu). “Şirince’de Kültürel Turizmin Gelişimi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi**, No: 22, 2007, ss.174-184.

SHARPLEY, Richard. “Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cypres”, **Tourism Management**, 2002, ss.233-244.

SKOWRONEK Ewa, Renata Krukowska, Andrzej Swieca ve Andrzej Tucki. “The Evolution of Rural Landscapes in Mid-Eastern Poland as Exemplified by Selected Villages”, **Landscape and Urban Planning** 70, 2005. ss.45-56

SONNINO, Roberta. "For a Piece of Bread? Interpreting Sustainable Development Through Agritourism in Southern Italy", **Submitted to the Department of Anthropology and the Faculty of the Graduate School of the University of Kansan**, Oxford, 2003, ss.285-300.

SORENSEN, Anders ve Per-Ake Nilson. "What is Managed When Managing Rural Tourism? The Case of Denmark", **New Direction in Rural Tourism**, der. Derek R. Hall, Lesley Roberts ve Morg Mitchell, Ahgate Publishing Ltd., 2003, ss.54-66.

SOYKAN, Füsün. "Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi", **Ege Coğrafya Dergisi**, No: 12, İzmir 2003, ss.1-11.

STOBELAAR, Derk Jan ve Karina Hendriks. "Seasonality of Agricultural Landscapes: Reading Time and Place By Colours and Shapes", **Seasonal Landscapes**, H. Palang H. Soovali and A Printsmann (der.), 2007, ss.103-126.

SYTNIK, Lesław Czetwertynski, Edward Koziol ve Krzysztof R. Mazurski. "Settlement and Sustainability in the Polish Sudetes", **GeoJournal** 50, 2000. ss.273-284.

TEFLER, David J. "Agritourism-A Path to Community Development", **Tourism and Sustainable Community Development**, der. Greg Richards and Derek R. Hall, GBR, Routledge, London, 2000, ss.242-257.

TRUNFIO, Mariapina, Luca Petruzzellis ve Claudio Nigro. "Tour Operators and Alternative Tourism in Italy", **International Journal Contemporary Hospitality Management**, Vol 18, No.5, 2006.

TSARTAS, Paris. "Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues", **Journal of Sustainable Tourism**, Vol.11, No.2&3, 2003, ss.116-132.

UTKULU, Utku. “Avrupa Parasal Birliği Gerçekten Bir Optimum Para Sahası mıdır?”, **Siyasa**, Yıl 1, Sayı:1, Güz 2005, ss.107-125.

UYGUR, Selma Melda ve Eda Baykan. “Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:2, 2007, ss.30-49.

UZUN, Ertuğrul. “Avrupa Birliği’nin Akdeniz Politikası ve Barselona Süreci” **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2003-2004, ss.1-32.

VAKOUFARİS, Hristos, Thanasis Kizos, Ioannis Spilanis, Maria Koulouri ve Anna Zacharaki. “Women’s Cooperatives and Their Contribution to the Local Development of the North Aegean Region, Greece”, **Journal of Rural Cooperation**, 35 (1), 2007. ss.19-41.

VEECK, Gregory, Deborah Che ve Ann Veeck. “America’s Changing Farmscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan”, **The Professional Geographer**, Volume 58, Number 3, August 2006, ss.235-248.

VERBOLE, Alenka. “Actors, Discourses and Interfaces of Rural Tourism Development at the Local Community Level in Slovenia: Social and Political Dimensions of Rural Tourism Development Process”, **Journal of Sustainable Tourism**, vol:8, no: 6, 2000, ss.479-490.

WACHER, Carolyn. “The Development of Agri-tourism on Organic Farms in new EU Countries- Poland, Estonia and Slovenia”, **Fellow, Winston Churdhill Memorial Trust**, 2006, ss.1-21.

Wallace, George N. ve Susan M. Pierce, “Ecotourism in Amazonas, Brazil”, **Annals of Tourism Research**, Volume 23, Issue:4, 1996, ss.843-873.

YILMAZ, Hasan ve Ahmet Tolunay, “Avrupa Birliği Kırsal Klakınma Politikalarında Yeni Yönelimler ve Türkiye”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, Seri: A, S.1, Yıl:2007, ss.107-122.

ZARSKI, Tadeusz, Krzysztof Klimaszewski ve Radoslaw Dworasowski. “Agri-Environmental Measures, Animal Welfare and Agrotourism-Polish Farmers’ View”, **ISAH 2005**, Vol: 2, Warsaw, Poland,ss.157-160.

ZEYREK, Ali Nadir. “Besni’de Alternatif Turizm Potansiyeli”, **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, No: 7(2), 2008, ss. 451-466.

Bildiriler

AKPINAR, Elif ve Yahya Bulut. “Ülkemizde Alternatif Turizm Dalı Olan Ekoturizmin Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları”, **III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi**, Cilt IV, 20-22 Mayıs 2010, ss.1575-1594.

ALLEN, Frank ve Nurullah Özcan. “Rural Development in EU-Turkey”, **21th meeting of the 21th meeting of the EU-Turkey Joint Consultative Committee**, Kayseri Turkey, 13-14 July 2006, ss.1-27.

CEYLAN, Figen ve Gökhan Kılınç, “Organik tarımın İstihdam Yaratma Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme: Gökçeada Örneği”, **Organik Tarım Kongresi**, Bahçeşehir Üniversitesi, Ekim 2007.

CRAUSER, Guy. “European Tourism Forum on Integrated Quality Management in Tourism”, Tyrol, Austria, 9-12 July 1998, ss. 1-5.

DEMİRAYAK, Filiz. “Biyolojik Çeşitlilik-Doğa Koruma ve Sürdürülebilir Kalkınma”, **TUBİTAK Vizyon 2023 Projesi, Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Paneli**, Aralık 2002, ss.4-30.

DEMİRCAN Neslihan, Işık Öz, Ray Stephenson, Faris Karahan. “Ekoturizm ve Botanik Turizmi: Türkiye’nin Sukkulent Bitki Çeşitliliğinin Turizm Potansiyeli”, **GAP V. Mühendislik Kongresi Bildiriler Kitabı**, Şanlıurfa, 26-28 Nisan 2006, ss.1-11.

DİNÇ, H. “Kitle Turizmine Dönüşük Politikaların Faturası ve Karşı Tepki: Alternatif Turizm Arayışları”, **Sürdürülebilir Turizm: Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım**, Türkiye’de 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, Alanya M.S.U. Şeh. Böl. Pln. Böl. ss.108-117.

GOPAL, R, Shilpa Varma ve Rashmi Gopinathan. "Rural Tourism Development: Constraints and Possibilities with a Special Reference to Agri Tourism, A Case Study on Agri Tourism Destinations", **Conference on Tourism in India, Challenges Ahead**, 15-17 May 2008, IIMK, ss. 512-523.

KAYA, Latif Gürkan ve Richard Smardon. "Sustainable Tourism Development: The Case Study of Antalya, Turkey", **Northeastern Recreation Research Symposium**, 2000, ss.222-227.

KISS Csilla, Borbola Simonyi ve Balint Balazs, "Alternative Agro-Food Networks in Hungary", **Sustainable Consumption 2008**, 8th October 2008, Budapest, Hungary, ss.76-84.

KUKORELLİ, İren. "Vertical Links Between Different Types of Educational Institutions and the Local Communities", **Trans-Rural**, Athen, 6th Sept. 2005, ss.1-15.

KULCSAR, Noemi. "Rural Tourism in Hungary: The Key of Competitiveness", **09 Symposium for Young Researchers**, Tech Keleti Karoly Faculty of Economics, Budapest 2009 ss.121-127.

KURDOĞLU, Oğuz ve Mehmet Özalp. "Nehir Tipi Hidroelektrik Santral Yatırımlarının Yasal Süreç, Çevresel Etkiler, Doğa Koruma ve Ekoturizmin Geleceği Kapsamında Değerlendirilmesi", **III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi**, Cilt I., 20-22 Mayıs 2010, ss.688-707.

ÖZBEY, Funda Rana. "Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Turizm Kalkınması", **Globalization and Sustainable Development, International Scientific Conference**, Book:4, Varna 1-3, 07/2002, ss.135-150.

PIRNAR, İge. “Sağlık Turizmi, Özellikleri ve İzmir İçin Potansiyel”, **V. Turizm Sempozyumu Sağlık Turizmi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, BİMER, İzmir 2007, ss.31-41.

PRIVITERA, Donetella. “EU Policy for Rural Development: Some Implications for Agro-tourism”, **Assesing Rural Development of the CAP**, 87th EAAE Seminar, ss.1-14.

SANTERAMO, F.G., A. Seccia, G. De Blasi ve D. Carlucci, “Agritourism Flows to Italy: An Analysis of Determinants Using the Gravity Model Approach”, **Modeling of Agrcultural and Rural Development Policies**, 107th EAAE Seminar, Sevilla, İspanya, January 29th-February 1st, 2008, ss.1-13.

SELF, Robin M., Donald R. Self ve Janel Bell-Hayes, “Marketing Tourism in the Galapagos Islands: Ecotourism or Greenwashing?”, 2010 IABR&ITLC **Conference Proceedings** Orlando, FL, USA, ss.111-126.

STRAATEN, Jan van der. “Sustainable Tourism and Policy”, **Tourism, Leisure and Community Development International Conference**, Portugal, 4-6 September 1997, ss.1-14.

SZYMONIUK, Barbara. “Rural Clusters in the Lublin Region (Eastern Poland)- Good Solutions for a Young Democracy”, **43rd Congress of the European Regional Science Association**, Finland, August 27-31, 2003, ss1-7.

TODEG, “Ekoturizmde Strateji, Yasal Çerçeve ve Ekoturizm Politikası Nasıl Olmalıdır?” **Orman Ekosistemlerinde Ekoturizm Çalıştayı ve 10. Yılında TODEG**, Türkiye Ormancılar Derneği Diğer Yayınlar Serisi No:10, Ankara 2010.

TUNCER, Murat ve Mehmet Taşpınar. “Avrupa Birliği’nde Eğitim ve Mesleki Eğitim Yönelimleri”, **XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı**, Malatya, 6-9 Temmuz 2004, ss.1-13.

TÜRKER Mustafa Fehmi ve İnci Zeynep Aydın. “Ekoturizmin Orman Köyleri Kalkınmaları Üzerindeki Sosyo-Ekonomik Etkilerinin Ölçümü (Camili Biyosfer Alanı Örneği)”, **III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi**, Cilt I., 20-22 Mayıs 2010, ss.115-129.

VÖRÖS, Mihaly ve Masahiko Gemma. “Sustainable Farm Management Practices in the Enlarged EU: A Case Study of Integrated Ecofarm İn the Central Hungary Region”, **Developing Entrepreneurship Abilities to Feed the World in a Sustainable Way**, 15th Congress, Campinas, August 2005, ss.218-223.

Raporlar

Commission of the European Communities, “Report From the Commission on Application of the Council Recommendation of 22 December 1986 on Fire Safety in Existing Hotels (86/666/EEC)”, Brussels COM (2001) 348 final, 27.06.2001.

Comission of the European Community, “Communication From the Commission, A Sustainable Future for Transport: Towards an Integrated, Technology-led and User-Friendly System”, Brussels, COM (2009) 279 final 17.06.2009. ss.1-19.

Commission for Rural Communities Tackling Rural Disadvantage, “England’s Rural Areas: Steps to Release their Economic Potential Advice From the Rural Advocate to the prime Minister Summary Document”, London 2008, s.4.

Commission of European Communities, “Commission Staff Working Paper, Report on Community Measures Afecting Tourism”, Brussels SEC (2002), 300, 15.03.2002.

Commission of the European Communities, “ Communication From The Commission: A Renewed EU Tourism Policy: Towards a Stronger Partnership for European Tourism”, Brussels 2006.

Commission of the European Communities, “Commission Communication to the Council, The European Parliament, The Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Working Together for the Future of European Tourism”, Brussels, 13.11.2001.

Commission of the European Communities, “Commission Communication to the European Parliament and the Council Protection of Air Passengers in the European Union”, COM (2000) 365 final of 21.06.2000.

Commission of the European Communities, “Communication From the Commission to the European Parliament and the Council, Fifth Progress Report on Economic and Social Cohesion”, Brussels, COM (2008) 371 final 19.6.2008.

Commission of the European Communities, “Communication From the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the six Environment Action Programme of the European Community Environment 2010: Our Future, Our Choice”, The Sixth Environment Action Programme, Proposal for a Decision of the European Parliament and of the Council, Laying Down the Community Environment Action Programme 2001-2010, Brussels COM (2001) 31 FINAL 24.01.2001.

Commission of the European Communities, “Communication From the Commission Policy Plan on Legal Migration SEC (2005) 1680, Brussels COM (2005) 669 final.

Commission of the European communities, “Community Measures Affecting Tourism”, Report From the Commission to the European Parliament, The Council, The Economic and Social Committee and The Committee of the Regions, Brussels COM (2001), 171 final 28.03.2001. s.24.

Commission of the European Communities, “Report From the Commission on Application of the Council Recommendation of 22 December 1986 on Fire Safety in Existing Hotels (86/666/EEC)”, Brussels COM (2001) 48 final, 27.06.2001.

Commission of the European Communities, “White Paper: European Transport Policy for 2010: Time to Decide”, Brussels (2001) 370 final, 12.09.2001, s.12.

Commission of the European Communities, Communication From the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and The Committee of the Regions, “Renewed Social Agenda Opportunities, Access and Solidarity in 21st century Europe”, Brussels COM (2008) 412 final, 2.7.2008.

Commission of The European Community, “Communication From The Commission on Social Agenda”, Brussels COM(2005) 33 final 9.2. 2005.

Defra, (2008a), Departmental Report, Published by the Stationery Office, May 2008.

DPT, “Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Ankara 2007.

DPT, “Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2007-2013)”, Ankara 2007.

DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara 2000.

DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara 2000.

DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Ankara 2006.

European Commission, “Commission Report to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the Implementation of the European Agenda for Culture, COM/2010/0390 final, 19.07.2010, ss.1-12.

European Commission, “Europe, The World’s No 1 Tourist Destination- A New Political Framework for Tourism in Europe”, Communication From the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and Committee of The Regions, COM (2010) 352 final, Brussels 2010.

European Commission, “Leader+magazine; Special Focus Making the Best Use of Natural and Cultural Resources”, Publication Office, 4. 2006.

European Commission, Commission Staff Working Document, “2009 Environment Policy Review”, Part 2, Brussels, SEC (2010) 975 final, 2.8.2010.

House of Commons, Environment, Food And Rural Affairs Committee, “The Potential of England’s Rural Economy”, Eleventh Report of Session 2007-2008, Volume 1, 2008.

HOWELL, Alison. “Developing Quality Standards for Agritourism”, School of Resource and Environmental Management, Simon Fraser University, Report No: 361, 2004.

Isparta Valiliği, İl Çevre ve Orman Müdürlüğü, “Isparta Çevre Durum Raporu”, Isparta 2006.

KESEN, Nesteren “Türk Turizm Sektörünün Yararlanabileceği AB Fonları”, İzmir Ticaret Odası, 2005.

SELİMOĞLU, Öykü. “Dünya’da ve Türkiye’de Ekoturizm”, İstanbul Ticaret Odası, Nisan 2004.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma (IPARD) Programı (2007-2013), 23 Temmuz 2008.

Treaty of Lisbon, Official Journal of the European Union C 306, Volume 50, 17 December 2007, 2007/C 306/01, s.306/89.

TÜİK, 2009 Yoksulluk Çalışması Sonuçları, Haber Bülteni, Sayı:3, 6 Ocak 2011.

TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması 2011 Nisan Dönemi Sonuçları, Haber Bülteni, Sayı:147, 15 Temmuz 2011.

WILLIAMS, Peter, Margeret Paridaen, Karim Dossa ve Marcie Dumais. "Agritourism Market and Product Development Status Report", British Columbia Ministry of Agriculture, Fisheries and Food and Ministry of Small Business, Tourism and Culture, April 30, 2001.

Working Group –E, "Managing the Impact and the Use of Information and Communication Technoogies Based Services In the Tourism Sector", Tourism and Employment, Final Report of Working Group-E, June 2001 s.9.

Tezler

ÇONTU, Mehmet. “Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizm Örneği”, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.

GÜNDÜZ, Sultan. “Ankara İli Kalecik İlçesinde Tarımsal Turizme Uygun Alanların Saptanması ve Tarımsal Turizm Modelinin Oluşturulması Üzerine Bir Araştırma”, (yayımlanmamış doktora tezi), Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara 2004.

TAŞ, İlkey “Avrupa Birliği'nin Turizm Politikaları Ve Seyahat Acentelerinin Avrupa Birliği'ne Bakış Açılarının Değerlendirilmesi”, (yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, SBE, Avrupa Birliği Ana Bilim Dalı, 2003.

ANAPA, Selin. “Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitim”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2008.

GÖK, Seçil Adalet. “Genişleyen Avrupa Birliği Pazarında Türkiye’nin Organik Tarım Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi”, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, AB Uzmanlık tezi, Ankara, 2008.

ŞEREFOĞLU, Coşkun. “Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü 2007-2013 Yılları Arasında Ülkemizde Uygulanacak Olan IPARD Kırsal Kalkınma Programındaki Yeri, Önemi ve Beklenen Gelişmeler”, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara 2009.

İnternet Kaynakları

05.05.2009 Tarih ve 27219 Sayılı Resmi Gazete, “5891 Sayılı Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Kurulması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”,
http://www.baftrato.org.tr/uploads/notice/MEVZUAT_B_LTEN_.pdf . (05.02.2011).

05.10.2006 tarih ve 26664 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ulusal Meslek Standartlarının Hazırlanması Hakkında Yönetmelik”,
<http://www.egitimmezuat.com/index.php/20091125556/Yonetmelik/ulusal-meslek-standartlarinin-hazirlanmasi-hakkinda-yonetmelik.html> (28.03.2011).

07.10.2006 tarih ve 26312 sayılı Resmi Gazete de yayımlanan “Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanunu”,
http://www.alomaliye.com/ekim_06/5544_mesleki_yeterlilik.htm . (28.03.2011).

08.02.2006 Tarih ve 26074 sayılı Resmi Gazete, “Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkındaki Kanun”,
<http://www.dpt.gov.tr/bgyu/kalkinmaajans/5449SayiliKanun.pdf> . (27.03.2011).

10.07.2001 tarih ve 24458 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 4702 Sayılı Kanun,
<http://mezuat.meb.gov.tr/html/197.html> . (28.03.2011).

13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, http://www.tursab.org.tr/dosya/545/paket-tur-sozlesmeleri-uygulama-usul-ve-esaslari-hakkinda-yonetmelik_545_8415095.pdf . (09.03.2011).

13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkındaki Yönetmelik, http://www.tursab.org.tr/dosya/546/tuketici-sozlesmelerindeki-haksiz-sartlar-hakkinda-yonetmelik_546_8428434.pdf (09.03.2011).

14 Temmuz 2009 Tarih ve 27288 Sayılı Resmi Gazete, **Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi**, <http://www.resmi-gazete.org/tarih/20090714-1.htm> (08.03.2011).

14.09.1972 Tarih ve 1618 Sayılı Seyahat Adetaları ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/495.html> . (02.03.2011).

16.03.1982 Tarih ve 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/583.html> . (02.03.2011).

18.06.2005 Tarih ve 25849 Sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/belge/1-43963/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html> . (02.03.2011).

1927-2000 Genel Nüfus Sayımı, <http://www.tuik.gov.tr/Beslsmme/excel/0101t01.xls> (26.03.2011).

2007-2008 ADNKS Sonuçları. TUIK, Yoksulluk çalışmaları 20 Aralık 2008, <http://www.ku.edu.tr/ku/images/EAF/20122008-3.pdf> . (26.03.2011).

Activities of the European Union, “European Fisheries Fund”, http://europa.eu/legislation_summaries/regional_policy/provisions_and_instruments/166004_en.htm (16.08.2010).

ADAM, Ketherine L. “Entertainment Farming and Agri-tourism”, **Business Management Guide**, ss.1-16. <http://attra.ncat.org/attra-pub/PDF/entertn.pdf> . (28.03.2011).

Agenda 21 European Union, “Economic Aspects of Sustainable Development the European Union”, <http://www.un.org/esa/agenda21/natlinfo/countr/ec/Eco.htm#tour> . (23.04.2011).

Agricultural-OSHA <http://osha.europa.eu/en/sector/agriculture> (01.03.2011).

Agritourism.net, <http://www.agritourism.net/> (01.05.2011).

Agritourism: Farm Stays in Europe,
<http://www.reidsguides.com/bh/agritourism.html#eastern> (01.05.2011).

ARSLAN, Yunus. “Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi”,
Sosyal Bilimler Dergisi,
<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c8s13/makale/c8s13m12.pdf>. (29.03.2011).

Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (ABGS), “AB Çerçeve Programları: 7. Çerçeve Programı”, <http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=45035&l=1> . (25.03.2011).

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, “MEDA II Programı”,
<http://www.avrupa.info.tr/DelegasyonPortal.html> . (03.03.2011).

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, MEDA Programları ve Türkiye”,
http://min.avrupa.info.tr/QA/forum/viewthread.php?lang=1&forum_id=53&thread_id=3186#6363 . (03.03.2011).

Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu, “Tarım Sektörü Hakkında Doğru Bilinen Yanlışlar”,
<http://www.avrupa.info.tr/Files//File/PressPacks/AgricultureFair/efsane.pdf>
(29.03.2011).

BAKA, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, “Sanayi ve Turizm Sektörlerinde Rekabetçiliğin Artırılması Mali Destek Programı”, <http://www.euhibe.com/?p=251> .
(26.03.2011).

BERNARDO, Dan Luc Valentin ve John Leatherman, “Agritourism: if we Build It, Will They Come?”,

<http://www.uvm.edu/tourismresearch/agtour/publications/kansas%20State%20Study.pdf> (24.06.2009).

BRAMWELL, Bill (Editor), **Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe**, Channel View Publication, 2004, s.8. <http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/Doc?id=10096130&ppg=22>. (16.08.2010).

Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, “Karaburun’a Organik Tarım Dopingi”, http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=364. (27.03.2011).

BURGER, Anna and Katalin Szep. “The Structure of Individual (Family) Farms in Hungary”, EAAE Seminar, Budapest 2007, <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/8517/1/sp07bu01.pdf>; (21.06.2010).

CEN, “E-Tourism ICT Interoperability in the Tourism Sector”, <ftp://ftp.cenorm.be/CEN/AboutUs/Publications/WorkshopeTour.pdf> (15.09.2010).

Christopher Barclay, “Farm Diversification, Countryside and Planning”, 27 March 2009, <http://www.parliament.uk/briefingpapers/commons/lib/research/briefings/snsc-03158.pdf> (25.03.2011).

Civitas, EU Facts, “Competition Policy”, <http://www.civitas.org.uk/eufacts/FSECON/EC11.htm>. (19.12.2010).

Commission of European Community, “Commission Staff Working Paper, Report on Community Measures Affecting Tourism”, Brussels, 15.03.2002, SEC (2002) 300, http://aei.pitt.edu/5400/01/001901_1.pdf, S.17. (12.09.2010).

Commission of the European Communities, “Communications From the Commission, Communication on the Scope of the Liability of Air Carriers and Airports in the Events of Destroyed, Damaged or Lost Mobility Equipment of Passengers with Reduced Mobility When Travelling by Air, Brussels COM (2008) 510 final, 07.08.2008. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0510:FIN:EN:PDF>. (15.09.2010).

Commission of the European Communities, “Proposal for a Council Directive Amending Directive 2006/112/EC with Regard to Certain Temporary Provisions Concerning Rates of Value Added Tax”, [http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/com\(2007\)381_en.pdf](http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/com(2007)381_en.pdf). (12.11.2010)

Communication from the Commission to the Council, The European Parliament, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, “Situation of Disabled People in the Enlarged European Union: The European Action Plan 2006-2007. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0604:FIN:EN:PDF> (15.09.2010).

Council Directive of 13 June 1990, on package travel, package tours (90/314/EEC), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31990L0314:EN:HTML> (15.09.2010).

David Mace, “Factors Motivating Agritourism Entrepreneurs”, http://www.agmanager.org/events/risk_profit/2005/Mace.pdf (24.06.2009).

Defra 2008, “Section K.: The Structural Funds”, <http://www.defra.gov.uk/rural/rdpesectk.htm> (13.06.2009).

Defra 2008d, “The United Kingdom National Strategic Plan for the European Fisheries Fund (2007-2013)” July 2008,

<http://www.defra.gov.uk/marine/pdf/fisheries/20080912uknsp.pdf> (13.06.2009).

Delegation of the European Union to Turkey, “AB’nin çevre Politikası”,

http://min.avrupa.info.tr/QA/forum/viewthread.php?lang=0&forum_id=116&thread_id=2546 . (19.03.2011).

Deniz Ticaret Odası, 2004 Deniz Sektörü Raporu, İstanbul 2005,

www.dtoizmir.org/sektorraporu_tr_2004%5b1%5D.pdf (12.07.2010).

Dennis M. Brown and Richard J. Reeder, “Farm-Based Recreation, A Statistical Profil”, USDA, A Report from the Economic Research Service, www.ers.usda.gov. (11.01.2011).

Desmond A. Jolly ve Kristin A. Reynolds, “Consumer Demand for Agricultural and on-Farm Nature Tourism”, **UC Small Farm Center Research Brief**

<http://www.agri-toursolutions.com/pdf/agtourbrief013006.pdf> 2005 (25.06.2009).

Directive 2008/122/EC of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and Exchange contracts. http://ec.europa.eu/consumers/rights/travel_en.htm#newdir .

(15.09.2010).

Doğa Derneği, <http://www.dogadernegi.org/calismalarimiz.aspx> . (27.03.2011).

Doğa Derneği, Giresun Adası Ekoturizm Gelişim Projesi”,

<http://www.dogadernegi.org/giresun-adasi-ekoturizm-gelisim-projesi.aspx> .

(28.03.2011).

DOKA, Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı, “Turizmde Bölge Potansiyelinin Harekete Geçirilmesine Yönelik Mali Destek Programı”,

<http://www.doka.org.tr/turizm-b.php> . (26.03.2011).

DUARTE, Paulo. “Evolution of Rural Tourism in Portugal: 25 Years Analysis”, e-Review of Tourism Research (Ertr), Vol.8, No.3, 2010, <http://ertr.tamu.edu/> (22.11.2010).

EAA and EFTTA, European Tourism, http://www.eaa-europe.org/fileadmin/templates/eea/docs/Barcelona_14_May_2007_Tourism.pdf (26.03.2011).

Ege Orman Vakfı, İzmir Kalkınma Ajansı Turizm ve Çevre Mali Destek Programı 2009, Adım Adım Ekoturizm Projesi”, <http://www.egeorman.org.tr/frmIzkaProjesi2.aspx> . (26.03.2011).

Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği, “Ekoturizm Nedir?”, <http://www.ekoturizmdernegi.org/default.asp> . (28.03.2011).

Enteleca Research and Consultancy Ltd., “Tourist Attitudes Towards Regional and Local Foods”, http://p1.countryside.gov.uk/Images/tourist%20Attitudes_tcm2-16556.pdf (11.06.2009).

ERYILMAZ, O., “Parasal Birliğin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki muhtemel Etkileri”, http://people.ku.edu/~eryilmaz/Euronun_Turkiye.pdf . (15.11.2010).

ESF, “European Social Fund in England 2007-2013”, http://www.esf.gov.uk/introduction_to_esf/ (13.06 2009).

EurActiv, “Lisbon Agenda”, <http://www.euractiv.com/en/future-eu/lisbon-agenda/article-117510> . (26.12.2010).

Europa , “Six Council Directive of 17 May 1977 on the Harmonization of the Laws of the Member States Relating to Turnover Taxes-Common System of Value Added Tax: Uniform Basis of Assessment (77/388/EEC), OJ L 145, 13.6.1977, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1977L0388:20060101:EN:PDF>.(12.11.2010).

Europa, “Activities of the European Union, Transport, 2011.
http://europa.eu/pol/trans/index_en.htm .(20.01.2011).

Europa, “Activities of the European Union: Culture”,
http://europa.eu/pol/cult/index_en.htm . (17.02.2011).

Europa, “Budget”, http://europa.eu/pol/financ/index_en.htm . (28.03.2011).

Europa, “Culture Programme”,
http://europa.eu/legislation_summaries/culture/l29016_en.htm . (19.03.2011).

Europa, “Fire Safety in Existing Hotels”,
http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/l21183_en.htm .
(12.09.2010).

Europa, “Food Safety: From the Farm to the Fork”,
http://ec.europa.eu/food/intro_en.htm . (12.09.2010).

Europa, “Guide to the Case Law of the European Court of Justice on Articles 43 et seq. EC Treaty: Freedom of Establishment”, s.65,
http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/infringements/art43_en.pdf.
(15.09.2010).

Europa, “Rural Development Programs 4 Regions of Spain”,
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/08/266&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>. (22.10.2010).

Europa, “Tax Free Allowances: International Travel”,
http://europa.eu/legislation_summaries/taxation/l31030_en.htm . (23.11.2010).

Europa, “Towards Quality Rural Tourism”,
http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/towards_quality_tourism_rural_urban_coastal/iqm_rural_en.pdf. (12.09.2010).

Europe, “Green Papers”, http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_en.htm. (23.11.2010).

Europa, European Commission, “The EU and Consumers”,
http://ec.europa.eu/ireland/press_office/news_of_the_day/pdf_files/ec-cib-leaflets/consumart.pdf. 15.09.2010).

Europa, Press Releases Rapid, “PHILOXENIA-The First Multiannual Programme For European Tourism”, IP/967366, 30.04.1996,
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/96/366&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en> . (14.07.2010).

Europa, Summaries EU Legislation, “European Fisheries Fund”,
http://europa.eu/legislation_summaries/maritime_affairs_and_fisheries/fisheries_sector_organisation_and_financing/l66004_en.htm . (16.08.2010).

Europa, Summaries of EU Legislation, “Equal Opportunities for people with Disabilities: A European Action Plan (2004-2010).
http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/disability_and_old_age/c11414_en.htm . (15.09.2010).

Europe Commission, Europe's Agriculture and the Common Agricultural Policy (CAP) Frequently asked questions: A picture of EU agriculture, http://ec.europa.eu/agriculture/faq/index_en.htm (12.06.2009).

European Commission 2009c, “European Social Fund”, http://www.ec.europa.eu/employment_social/esf/index_en.htm (13.06.2009).

European Commission Home Affairs, “Visa Policy”, http://ec.europa.eu/home-affairs/policies/borders/borders_visa_en.htm#international_agreements . (15.09.2010).

European Commission, “A Framework for Indicators for the Economic and Social Dimensions of Sustainable Agriculture and Rural Development”, **Agriculture Directorate-General**, 2001. http://ec.europa.eu/agriculture/publi/reports/sustain/index_en.pdf . (09.04.2011).

European Commission, “Agriculture and Rural Development, Rural Development Policy, Spain 2007-2013”, http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/countries/es/index_en.htm . (22.10.2010).

European Commission, “Agriculture Meeting the Needs of Farmers and Consumers”, http://www.europa.eu/pol/agr/overview_en.htm (12.06.2009).

European Commission, “Agriculture, Rural Development, Leader+”, http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/index_en.htm . (16.08.2010).

European Commission, “Enterprise and Industry, Tourism Working Groups’ Report”, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/documents/working-groups-reports/index_en.htm . (18.07.2010).

European Commission, “Objective 1 in Support of Commerce and Tourism Making Best Use of Structural Funds,

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/structural_funds/sf_object_en.pdf . (18.07.2010),

European Commission, “Rekabet: Changes after the Entry into force of the Treaty of Lisbon (1 December 2009”, <http://ec.europa.eu/competition/information/treaty.html> (19.12.2010).

European Commission, “Rural Development Policy (2007-2013)”, http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm . (28.12.2010).

European Commission, “Rural Development Policy 2007-2013, http://www.ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm (10.06.2009).

European Commission, “Rural Development Policy 2007-2013, **Agriculture and Rural Development**, http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm. (15.09.2009).

European Commission, “The EU Single Market, General Principles: Freedom to provide services/Freedom of Establishment”, http://ec.europa.eu/internal_market/services/principles_en.htm . (24.09.2010).

European Commission, “The Sixth Environment Action Programme of the European Community 2002-2012”. <http://ec.europa.eu/environment/newprg/index.htm> (15.09.2009).

European Commission, 2007,”European Regional Development Fund (ERDF) (2007-2013)” 2007, http://www.europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/g24234_en.htm (12.06.2009).

European Commission, 2009 b, “Europe’s Agriculture and the Common Agricultural Policy (CAP)- Frequently asked questions CAP Reforms, http://www.ec.europa.eu/agriculture/fag/reform/index_en.htm (12.06.2009).

European Commission, Agriculture and Rural Development, “CAP Post 2013: Key Graphs and Figures”, http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/graphs/graph3_en.pdf . (28.03.2011).

European Commission, Anticipedia, Social Dialog in the HORECA Sector (food service industry), [https://ec.europa.eu/employment_social/anticipedia/xwiki/bin/view/Main/Social+Dialogue+in+the+HORECA+\(food+service+industry\)+sector](https://ec.europa.eu/employment_social/anticipedia/xwiki/bin/view/Main/Social+Dialogue+in+the+HORECA+(food+service+industry)+sector) . (15.02.2011).

European Commission, Directorate General for Energy and Transport, “A Sustainable Future for Transport: Towards An Intergrated Technology-led and User-Friendly System”, http://ec.europa.eu/transport/publications/doc/2009_future_of_transport_en.pdf . (29.01.2011).

European Commission, Enterprise and Industry, “Tourism: Working Groups’ Reports”, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/documents/working-groups-reports/index_en.htm . (15.09.2010)

European Commission, European Social Fund, http://ec.europa.eu/employment_social/esf/discover/esf_en.htm . (18.10.2010).

European Commission, Eurostat, “Passengers Transport Statistics”, September 2010, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Passenger_transport_statistics . (20.01.2011).

European Commission, Health and Consumer Protection Directorate-General, “Consulation Paper Review of the Timeshare Directive (94/47/EC), http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/timeshare/consultation_paper010606_en.doc .(15.09.2010).

European Parliament, “European Parliament Fact Sheets, EAGGF-Guarantee Section”, http://www.europarl.europa.eu/factsheets/4_1_4_en.htm (16.08.2010).

European Parliament, “Fact Sheets 4.17.0. Cultural Policy”, http://www.europarl.europa.eu/factsheets/4_17_0_en.htm . (17.02.2011).

European Parliament, “Lisbon European Council 23 and 24 March 2000 Presidency Conclusions”, http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm . (26.12.2010).

European Parliament, “Working Paper: Fundamental Social Rights in Europe”, Social Affairs Series, Soci 104, EN, http://www.europarl.europa.eu/workingpapers/soci/pdf/104_en.pdf . (11.02.2011).

Eurostat, “Farm Structure”, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/agriculture/introduction> (09.04.2011).

Eurostat, “Farm Structure Evolution” http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Farm_structure_evolution (21.06.2010).

Eximbank Kredileri”, <http://www.eximbank.gov.tr/> . (26.12.2010).

Farm Stay UK, <http://www.farmstay.co.uk/> (01.05.2011).

FENNELL, David A., “Ecotourism: An Introduction”, GBR Routledge, London 1999, <http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/Doc?id=10054863&ppg=51> (21.07.2010).

FİLİZTEKİN, Alpay ve Ali Gökhan. “The Determinants of Internal Migration In Turkey”, **Faculty of Arts and Social Sciences, Sabanci University**, <http://www.ecomod.org/files/papers/749.pdf> . (25.03.2011).

Forum, “Ekolojik Tarım Turizmi”, <http://www.yeniforumuz.biz/showthread.php?2070502-Ekolojik-Tar%C4%B1m-Turizmi> . (29.03.2011).

Forum, “İzmir İlçeleri”, <http://www.forumgercek.com/showthread.php?t=46618> . (27.03.2011).

Gemiyadamları Yönetmeliği, 31.07.2002 tarih ve 24832 sayılı Resmi Gazete, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/21117.html> . (12.07.2010).

General provisions on the Structural Funds, http://europa.eu/legislation_summaries/regional_policy/provisions_and_instruments/60014_en.htm (31.07.2011).

GÜL, İdil Işıl. “Bir Hak Mücadelesi Alanı Olarak Engellilik ve Engellilerin Haklarına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi”, Özveri Dergisi, Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, <http://www.ozida.gov.tr/?menu=ozveri&sayfa=ov10/ov10mak1> .(09.03.2011).

KARABACAK, Hakan. “Avrupa Birliği Mali Yardımları ve Türkiye ile Mali İşbirliği”, Maliye Dergisi, http://portal1.sgb.gov.tr/calismalar/maliye_dergisi/yayinlar/md/md146/ABmaliyardi m.pdf . (25.03.2011).

Heather Field, “EU Cultural Policy and the Creation of a Common Identity”,
<http://www.eusanz.org/pdf/conf98/Field.pdf>. (17.02.2011).

HINCH, Thomas ve James E.S. Higham, “Aspects of Tourism”, **Sport Tourism Development**, Channel View Publications, 2003,
<http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/Doc?id=10051974&ppg=2> (12.06.2010).

HIRST, Michael, “Business Tourism Partnership: An Overview of the UK’s Business Tourism Industry”, 2003,
<http://www.businesstourismpartnership.com/pubs/briefly.pdf> (18.06.2009).

HORECA, “Protecting Workers in Hotels, Restaurants and Catering”, Factsheet 79,
http://osha.europa.eu/en/sector/horeca/index_html . (15.02.2011).

ICCA. ICCA: Number of International Association Meetings Continues to Increase Significantly, 18 May 2011,
<http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=2503>. (06.07.2011)

ICCA, International Congress and Convention Association, **Statistics Reports: the International Association Meetings Market (1999-2008)**,
<http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=876>

Idara, Strategy for Integrated Development of Agriculture and Rural Areas in CEE Countries, “Identification of the Critical Socio-Economic Problems Facing Rural CEEC and Policy Proposals”, Idara Working Paper, June 2002,
<http://www.ilr1.uni-bonn.de/agpo/rsrch/idara/rural/D10.doc> . (16.08.2010).

İktisadi Kalkınma Vakfı, “Avrupa Birliği’nin Rekabet Politikası”,
<http://www.ikv.org.tr/pdfs/9d1e7701.pdf> . (19.12.2010).

İstanbul Ticaret Odası, “AB’nin Türkiye’ye Sunduğu Mali Yardımlar”,
http://www.iso.org.tr/tr/web/statiksayfalar/abm_avrupa_birligi_2.aspx. (25.03.2011).

JAFARI, Jafar ve diğerkleri (editor), **Encyclopedia of Tourism**,GBR Routledge, London 2000. <http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/Doc?id=10070587&ppg=420>, (16.08.2010).

Kalecik Belediyesi, “Kalecik”,
<http://www.kalecikbelediyesi.net/sayfa/1077/index.html>. (27.03.2011).

Karaburun Belediyesi, “Karaburun”, <http://www.karaburun.bel.tr/kara/default.asp> . (25.03.2011).

Karaburun Yerel Gündem, “Karaburun Yarımadası Yerel Gündem 21’in Projeleri”,<http://www.karaburunyaerelgundem.org/yazi/karaburun-yarimadası-yerel-gundem-21in-projeleri> . (27.03.2011).

KASAP, Arife Aycan ve Gökçen Faiz, “Bir Endüstri Olarak Golf”, Türkiye Golf Federasyonu Yayınları,
www.tgf.org.tr/docs/yayınlar/Bir_Endüstri_Olarak_Golf.f , (12.07.2010).

Kırsal Turizm Derneği, “Kırsal Turizm Projesi”,
<http://www.kirsalturizm.com/default2.asp?id=36>. (27.03.2011).

KOSGEB, <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Default.aspx> . (05.02.2011).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Alternatif Turizm Projeleri”,
<http://balikesir.kultur.gov.tr/belge/1-66455/alternatif-turizm-projeleri.html> (28.03.2011).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Muğla Dalaman Turizm Kenti”,
<http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-39236/mugla---dalaman-turizm-kenti.html> (28.03.2011).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Botanik Turizmi”,
<http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-19408/botanik-turizmi.html> (28.03.2011).

Landtourismus: Urlaub auf dem Bauernhof, <http://www.landtourismus.de/443.html>
(01.05.2011).

Laszlo Kulczar, “Hungary”, FAO, Corporate Document Repository,
<http://www.fao.org/DOCREP/006/AD270E/ad270e02.htm>. (21.06.2010).

LEADER Programmes, “LEADER in Europa: A Successful Initiative”,
http://www.leader.pt/PDF/act_rede/pedro_brosei.pdf (16.08.2010).

London Economics, “The European Commission-Health and Consumer DG”, Final Report, Kasım 2009,
http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/study_consumer_detriment_dynas_packages_en.pdf. (15.09.2010).

Luc Hens, “Sustainable Tourism and Environmental Impact Assessment”,
<http://www.vub.ac.be/MEKO/Vietnam/EU/EIAworkshops.html> (01.02.2011).

Maria Apostolou ve Efstratios Papanis, “Agrotourism in Greece”, Greek Social Research, Eytapa 3, 2007, <http://epapanis.blogspot.com/2007/09/agritourism-in-greece.html> (22.12.2010).

Marine and Fisheries Agency, “European Fisheries Fund (EFF), 2009.
<http://www.mfa.gov.uk/grants/eff.htm> (15.06.2009).

Marinel Mandres, “Out of the Labour Market: Intra-EU Return and Retirement Migration”, http://europeanintegration.org/wp-content/uploads/papers/mandres_paper.pdf. (20.01.2010).

McKENZIE, Nora and Allen Wysocki, “Agritainment: A Viable Option for Florida Producers”, <http://edis.ifasufl.edu/pdf/files/RM/RM00800.pdf> (25.06.2009)

MC GEHEE, Nancy G. ve Kyungmi Kim, “Motivation for Agri-tourism Entrepreneurship”, Ebsco Electronic Journals Service (EJS), <http://jtr.sagepub.com> (24.06.2009).

MOMSEN, Janet D. Iren Szörenyine Kukorelli. “Gender and Rural Tourism in Western Hungary”, http://www.soc.umk.pl/eec/2007/5_Momsen%20Kukorelli.pdf .(19.12.2010).

OECD, Trade and Agriculture Directorate, “The Role of Agriculture and Farm Household Diversification”,2009, <http://www.oecd.org/dataoecd/35/48/43245602.pdf> (11.01.2011).

ÖZEN, Pınar. “Bölge Kalkınma Ajansları”, Tepav/Epri, Mayıs 2005, http://www.tepav.org.tr/upload/files/1271245092r8246.Bolgesel_Kalkinma_Ajanslari.pdf . (24.03.2011).

ÖZTÜRK, Yüksel ve İrfan Yazıcıoğlu, “Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma”, <http://www.projeyayli.gazi.edu.tr/italya/tr/belgeler/kaynaklar/ozlemp3.pdf> (12.06.2010).

PECHLANER, Harald ve diğerleri, “Congress Tourism and Leisure tendencies with Special Focus on economic Aspects”, http://ertr.tamu.edu/attachments/758_Abstract%20Pechlaner%20et%20al_Leisure%20Futures%2007.pdf . (24.07.2010).

PIRNAR, İge ve Ceren Miral. “EU Tourism Policy and Turkey’s Situation During The Adaptation Process”, <http://www.ikv.org.tr/images/upload/file/pirnar-miral-teblig.pdf>.(06.01.2011).

Portal on EU Funding, “European Agriculture Fund for Rural Development”,
http://www.2007-2013.eu/by_scope_eafnd.php (27.08.2011).

Report of the World Commission on Environment and Development, 42/187.
<http://www.un.org/documents/ga/res/42/ares42-187.htm> (28.03.2011).

RILLA, Ellen. “Unique Niches: Agritourism in Britain and New England”,
University of California Cooperative Extension,
<http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/printer.html> (07.05.2008).

RITCHIE Brent , “Sport Tourism: Small-scale Sports Event Tourism: the Changing
Dynamics of the New Zealand Masters Games”, [http://www.download-
it.org/free_files/filePages%20from%2013%20Sport%20tourism.pdf](http://www.download-it.org/free_files/filePages%20from%2013%20Sport%20tourism.pdf) . (12.06.2010).

Rural Tourism International (RTI) Training Network, “Rural Tourism in Europe,
United Kingdom, http://www.ruraltourisminternational.org/United_Kingdom.
(12.12.2010).

Rural Tourism International, “Italy: Rural Tourism Sector”,
<http://www.ruraltourisminternational.org/Italy> . (06. 06.2010).

Rural Tourism International, “Portugal-Rural Tourism Sector”,
<http://www.ruraltourisminternational.org/Portugal> . (11.02.2011).

SEEDA 2009, <http://www.seeda.co.uk/publications/docs/RuralTourism.pdf>
(28.05.2009).

Şirince, <http://plajlar.net/sirince.html> . (27.03.2011).

Structural Funds, <http://www.ncte.ie/envirom/struct.htm>, (27.12.2010);

Study Programme on European Spatial Planning of the European Commission, “A Typology of Rural Areas in Europe: Indicators on Strenght and Weakness of Rural Territories and Selection of Areas (NUTS III), Strategic Study: Towards A New Urban Rural Partnership in Europe, Milan 1999 .

<http://www.nordregio.se/filer/spespn/Files/2.3.ruralareas.pdf> s.10. (27.12.2010).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Sağlık turizmi”,

<http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF679A66406202CCB08F9873A8E009DA42> . (15.07.210).

Ta Tu Ta, “Ekolojik iftlik Ziyaretleri”, <http://www.bugday.org/tatuta/index.php> (29.03.2011).

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı,

http://www.tarim.gov.tr/uretim/Organik_Tarim,Organik_Tarim_Statistikleri.html (29.03.2011).

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Kırsal Kalkınma Planı (2010-2013), Ankara, [http://www.sp.gov.tr/documents/KKP\(2010_2013\).pdf](http://www.sp.gov.tr/documents/KKP(2010_2013).pdf) . (15.02.2011) .

The Center for Rural Pennsylvania, “Rural Development in the European Union, Lessons for Pennsylvania”, May 2005.

<http://www.rural.palegislature.us/news0505.html> (23.01.2010).

The Greek Network for Rural Accommodation,

<http://www.guestinn.com/en/index.php> (02.05.2011).

The International Ecotourism Society (TIES), “What is Ecotourism”, 1990, http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism_The_International_Ecotourism_Society.htm (21.07.2010).

The International Ecotourism Society (TIES), TIES Global Ecotourism Fact Sheet, <http://www.ecotourism.org/atf/cf/%7B82a87c8d-0b56-4149-8b0a-c4aaced1cd38%7D/TIES%20GLOBAL%20ECOTOURISM%20FACT%20SHEET.PDF>. (22.10.2010).

The Maastricht Treaty, Provisions Amending the Treaty Establishing the European Economic Community With a View to Establishing the European Community, Maastricht, 7 February 1992. <http://www.eurotreaties.com/maastrichtec.pdf>. (19.12.2010).

The Treaty of Amsterdam, <http://www.eurotreaties.com/amsterdamtreaty.pdf>. (15.09.2009).

The Voice of Europe's Airports, "Airport Voluntary Commitment on Air Passengers Service", 26.04.2001. http://ec.europa.eu/transport/air_portal/passenger_rights/doc/2001/2001_04_26_commitment_airports_en.pdf. (15.09.2010)

TOSUN, Cevat, Yasin Bilim, Rahman Temizkan. "Alternatif Turizm ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri: Hatay Örneği", Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, Ankara Üniversitesi, Çankırı Meslek Yüksek Okulu ve Çankırı Valiliği, Çankırı 2003, <http://cmyo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/program.htm>. (12.06.2010).

Tourism and Sustainable Development Unit, "Leonardo Da Vinci Programme", https://secure2.gov.mt/TSDU/leonardo_da_vinci. (15.08.2010).

Tourismo Rural, http://www.turismorural.com/default.aspx?len_ap=002 (02.05.2011).

Travel with a Challenge, "Olive Oil Museum Unveils Turkey's Agri tourism", http://www.travelwithachallenge.com/Turkey_Olive.htm (29.03.2011).

Trias, “Migration Policy (EU),

[http://wiki.triastelematica.org/index.php/Migration_Policy_\(EU\)](http://wiki.triastelematica.org/index.php/Migration_Policy_(EU)) (20.01.2010).

TÜDER, “Türkiye’de Uygulanmakta Olan AB projeleri, Eğitim Programları ve Fonları”,

http://www.tuder.net/index.php?option=com_content&task=view&id=475&Itemid=59 (27.03.2011).

TÜİK, “İşgücü İstatistikleri: İstihdam Edilenlerin yıllar ve Cinsiyete Göre İktisadi Faaliyet Kolları”, <http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do> . (11.02.2011).

TÜİK, Turizm İstatistikleri, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-38683/turizm-istatistikleri.html> . (11.02.2011).

Turizm İstatistikleri, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-38683/turizm-istatistikleri.html> . (23.02.2011).

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), “Avrupa Birliği Bilgi Köprüleri Programı: AB Turizm Mevzuatı”, <http://ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=13>.(03.03.2011).

TÜRSAB Tahkim Kurulu Yönetmeliği,

http://www.tursab.org.tr/tr/mevzuat/yonetmelikler/tursab-tahkim-kurulu-yonetmeli_542.html . (08.03.2011).

TÜRSAB, Turizmin Ekonomideki Yeri, <http://www.tursab.org.tr/tr> (07.02.2011).

TWEETEN, K. , “Growing Rural Tourism Opportunities”, Journal Of Extension, Volume: 46, Number: 2, April 2008, <http://www.joe.org/joe/2008april/a2.php> (10.06.2009).

UN, “Poland Rural Development”,
<http://www.un.org/esa/agenda21/natlinfo/countr/poland/ruralDevelopment.pdf> .
(08.02.2011).

UN, World Populations Prospects, The 1999 Revision , Key Findings”,
<http://www.un.org/esa/population/pubsarchive/urbanization/urbanization.pdf>
(11.01.2011).

UNFPA, Start of World Population 2007, unleashing the Potntial of Urban Growth,
<http://www.unfpa.org/swp/2007/english/introduction.html> (27.03.2011).

USDA, “EU Enlargement: Polish Farm Consolidation Quickens as EU Accession Approaches”, January 14, 2003,
http://www.fas.usda.gov/pecad2/highlights/2003/01/iapr_poland/index.htm
(08.02.2011).

VocMat, “Vocational Management Training for the European Tourism Industry”,
<http://www.vocmat.com/index.asp> . (12.09.2010).

Wies Polska Zaprasza, <http://www.agritourism.pl/> (01.05.2011).

Wikipedia, “UK, Department for Environment, Food and Rural Affairs”,
http://en.wikipedia.org/wiki/Department_for_Environment,_Food_and_Rural_Affairs
s. (16.08.2010).

WOOD, Megan Epler, “Ecotourism: principles, Practices AND Polcies”, United Nations Environment Programme Division of Technology and Economics UNEP and The International Ecotourism Society TIES,
http://www.ecotourism.org/atf/cf/%7B82a87c8d-0b56-4149-8b0a-c4aaced1cd38%7D/2002_UNEP-ECOTOURISM-PRINCIPLES_EPLERWOOD.PDF .(22.10.2010).

YAVUZ, A. Deren Doğan “Türkiye-AB Sivil Toplum Diyalogu ve Hibe Programları”, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği,

http://www.kagider.org/resim/5_Deren_Dogan_Yavuz.ppt .(03.03.2011).

Yarın, “Manisa İli Yuntdağı Yöresi Sofralık Üzüm Yetiştiriciliğinin Geliştirilmesi”,

<http://www.gazeteyarin.com/h465-manisa-ili-yuntdagı-yoresi-surdurulebilir-kirsal-kalkinma-projesi-sofralik-uzum-yetistiriciliginin-gelistirilmesi.html> . (29.03.2011).

YILMAZ, Hasan ve Faris Karahan. “Eko-turizm Yaklaşımlarında flora Turizmi ve Palandöken Dağları’nın Potansiyeli”, <http://ekoturist.com/ekoturizm-makaleler-bilgi/64-ekoturizm-yaklaar-flora-turizmi-paland-da-potansiyeli.html> ,(30.01.2010).

YÜRİK, Esin Özkan, “Turizmin Geleceği: Ekoturizm”,

<http://ekoturist.com/ekoturizm-makaleler-bilgi/12-ekoturizm-turizm.html>.

(12.11.2010).

Diğer

13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik.

18.06.2005 Tarih ve 25849 Sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik.

AB Bilgi, AB Ortak Tarım Politikası- 2009, Neden Ortak Bir Tarım Politikası, Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu, Ankara, Şubat 2009.

Avrupa Birliği ve Türkiye Arasında Sivil Toplum Diyaloğunun Şehirler ve Belediyeler Hibe Programı, “Organik Yaşamı Adada Öğrenmek Projesi”, CSD-01-60.

Cumhuriyet Ansiklopedisi, Evliya Çelebi, Novara (İtalya), 1969, Cilt.5.

Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of the purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable properties on a timeshare basis, Official Journal L 280, 29.10.1994.

Eurostat, Industry, trade, Services, Population and Social Conditions, 4/2010.

Eurostat, Yaşamboyu Öğrenim İstatistikleri, Eylül 2010.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, **Türkiye Turizm Stratejisi 2023**, Ankara 2007.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, **Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013)**, Ankara 2007.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, **Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler**, Ankara 2009.

Leonardo da Vinci, Project Agreement n 2004 EL/04B/F/PP-148258,”Alternative Forms of Occupation and Continuous Educational Training in Agriculture”, Partner P7, Corporate and Development Center Rzeszow-Poland.

Treaty of Lisbon, Official Journal of the European Union C 306, Volume 50, 17 December 2007, 2007/C 306/01, s.306/89.

Milli Eğitim Bakanlığı, “Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim”, 2011.

OECD, “The Future of Rural Policy From Sectoral to Place-Based Policies in Rural Areas”, 2003.

Official Journal of European Communities, “Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council amending Regulation (EC) No 2027/97 on air carrier Liability in the event of accident”, COM(2000) 340 final 2000/01 45 (COD).

Official Journal of European Union, Regulation (EC) No 1080/2006 of The European Parliament and of The Council on the European Regional Development Fund and Repealing (EC) NO 1783/1999, 5 July 2006.

Official Journal of the European Union, “Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the Control of Concentrations Between Undertakings /the EC Merger Regulation).

Official Journal of the European Union, “Council Regulation (EC) No 1083/2006 of 11 July 2006, Laying Down General Provisions on the European Regional Development Fund, the European Social Fund and the Cohesion Fund and Repealing Regulation (EC) No 1260/1999.

Official Journal of European Communities , “Proposal for a Council Decision on the approval by the European Communities of the Convention for the Unification of Certain Rules for International Carriage by Air (the Montreal Convention)”, (COM(2000) 446 final. 2000/0193(CNS)).

Official Journal of European Union, Council Regulation (EC) No 1698/2005 of 20 September 2005 on Support for Rural Development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD), 21.10.2005.

Official Journal of the European Union, “Concil Directive 2009/47/EC of 5 May 2009 amending Directive 2006/112/EC as Regards Reduced Rates of Value Added Tax”.

Official Journal of the European Union, “Decision No. 1855/2006 EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 Establishing the Culture Programme /2007 to 2013)”, Article 2, 27.12.2006,

Official Journal of the European Union, “Directive 2008/115/EC of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on Common Standards and Procedures in Member States for Returning Illegally Staying Third Country Nationals”,

Official Journal of the European Union, “Regulation (EC) No 1107/2006 of the European Parliament and of the Council of 5 July 2006 Concerning the Rights of Disable Persons with Reduced Mobility when Travelling by Air.

Regulation (EC) No 261/2004 of the European Parliament and of the Council of February 2004 Establishing Common Rules on Compensation and Assistance to Passengers in the Event of Denied Boarding and Cancellation or Long Delay of Flights, and Repealing Regulation (EEC) No 295/91.

Robert E. Wood, “Farmland Preservation and Agritourism in South Jersey: An Exploratory Study”, **Senator Walter Rand Institute of Public Affairs**, Camden, 2005, s.23.

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Kırsal Kalkınma Planı (2010-2013), Ankara.

TBMM, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, **TBMM Basımevi**, Ankara 2010.

Toureg, “Report of the Analysis of the Situation of the Services Sector Linked to Tourism in the Regions Taking Part in the Project, Sector Swot Analysis”, **Competitiveness and Knowledge in the Tourism Sector**, 2008.

TUBİTAK AB Çerçeve Programları Ulusal Koordinasyon Ofisi, “AB 7. Çerçeve Programı (7.ÇP) Ülke Performansı”, Ankara, Aralık 2010.

TUİK HİA sonuçları ve Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Kırsal Kalkınma Planı (2010-2013), Ankara, 19.

TUİK, **Türkiye İstatistik Yıllığı 2009**, Ankara, Mayıs, 2010.

TÜRSAB, “Yabancı Ziyaretçi Profilineki Gelişmeler: TUİK Yabancı Ziyaretçi Çıkış Anketlerinin Analizi (2001-2008)”, **Ar-Ge Departmanı**, Mart 2009.

UN Statistical Commission, 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008)”, 26-29 February 2008.

UNWTO, **Tourism Highlights**, 2009 Edition.

UNWTO, **Tourism Highlights**, 2010 Edition.

UNWTO, **Tourism Highlights**, 2011 Edition.

UNWTO, **Tourism Barometer** 2009.

World Travel and Tourism Council, **Travel and Tourism Economic Impact**,
Executive Summary, London 2009.

EKLER

**EK 1: YEŞİLKÖY'ÜN SOSYO-EKONOMİK YAPISI VE TARIMSAL
TURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNDE YARARLANILAN
ANKET FORMU**

1. Yaşınız

- a) 18-25 b) 26-35 c) 36-45 d) 46-55
e) 55-64 f) 65'den yukarı

2. Eğitim durumunuz

- a) Okur-yazar değil b) Okur-yazar c) İlkokul mezunu
d) Ortaokul mezunu e) Lise mezunu f) Üniversite mezunu

3. Ailedeki toplam birey sayısı

- a) 1 b)2 c) 3 d)4 e)5 f)6 g)7 h)8 ı)9 ve üzeri

4. Sosyal güvenceniz var mı? Var ise;

- a) SSK b)Bağkur c) Emekli sandığı d) Diğer

5. Oturduğunuz evin mülkiyet durumu?

- a) kendi mülkünüz b) kira c) aile fertlerinden biri d)diğer
(belirtiniz)

6. Oturduğunuz evin tipi

- a) tek katlı b) iki katlı c) üç katlı

7. Ailenizde yabancı dil bilen var mı? Varsa hangi yabancı dil?

8. Gazete okur musunuz? Evet ise ne sıklıkta?

- a) her gün b) hafta 3-4 kez c) hafta 1 kez d) ayda 2-3 kez

9. Gazeteyi nerede okuyorsunuz?

- a) evde b) kahvede c) diğer

10. Televizyon izler misiniz? Evet ise, hangi programlar? Hangi kanallar?

- a) TRT b) Kanal D c) ATV d) Star e) Samanyolu f) ART
g) Yaban TV h) Kanal7 ı) Fox i) Show j) Ulusal kanal k) NTV
l) CNNTürk m) Habertürk n) Toprak TV. o) diğer

Programlar

- a) Haberler b) Spor Programları c) Kadın programları d) filmler
e) yarışmalar f) Tartışma Programları g) Eğlence Programları h) Belgeseller
ı) TV Dizileri i) Müzik Programları j) Tarım Programları k) Diğer

11. Aşağıdakilerden hangilerine sahipsiniz?

Otomobil	
Minibüs	
Kamyonet	
Kamyon	
Cep telefonu	
Bilgisayar	
Diğer	

12. Hangi ürünleri üretiyorsunuz?

Ürün	Ekiş Alanı	Ağaç Sayısı	Kuru/Sulu	Üretim Miktarı

13. Arazi Varlığı

Alanı (da)	Parsel

14. Ürettiğiniz tarım ürünlerinden ne kadarını satıyorsunuz?

- a) %0-25 b)%26-50 c)%51-75 d) %76-100

15. Ürettiğiniz ürünleri nasıl pazarlıyorsunuz?

- a) Aracı tüccara satış b) Kooperatif aracılığıyla c) pazara götürmek
d)Hale götürmek e) Kendim

16. Traktörünüz var mı?

- a) Evet b) Hayır

17. Sulama suyunuz yeterli mi?

- a) çok yetersiz b)yetersiz c) orta düzeyde yeterli
d) yeterli e)yeterinden fazla

18. Gübre ve tarımsal ilaçları kullanıyor musunuz? Evet ise;

- a) Kimyasal gübre b) Organik gübre c) çiftlik (hayvan) gübresi

19. Çiftçilik mesleği hakkındaki tutum

Aşağıdaki ifadeler size ne kadar uygun? 1:hiç uygun değil 2:pek uygun değil 3:orta derecede uygun 4:oldukça uygun 5:çok uygun	
Çiftçilikten memnunum	
Çocuklarımla da bu işi yapmasını isterim	
Tarımla ilgili basılı yayınları okurum	
Tarımla ilgili televizyon programlarını izlerim	
Öğrendiklerimi uygulamam	
Geçen üretim döneminde tarımla ilgili kaç toplantı, seminer veya tarla gününe katıldınız? (adet)	

20. Hayvancılık yapıyor musunuz? Evet ise;

	Adet	Verim
Süt Sığırcılığı		
Besicilik		
Koyun		
Keçi		
Tavuk		
Diğer		

21. Aşağıdaki faktörler tarımsal faaliyetlerinizi (gelirlerinizi) nasıl etkiler?

(1-Hiç etkilemez 2-Az etkiler 3-Ne az ne çok 4-Fazla etkiler 5-Çok fazla etkiler)

1. Ülkenin ekonomik durumundaki değişiklik	
2. Girdi maliyetlerindeki değişiklikler	
3. Ürün fiyatlarındaki değişiklikler	
4. Ürünün satış zamanı	
5. Ürünlerin depolanabilirlik durumu	
6. Ürünlerin verimindeki değişiklikler	
7. Üretim tekniği hakkında bilgi sahibi olma	
8. Hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi	
9. Arazi fiyatlarındaki değişiklikler	
10. İşgücünün sınırlılığı	
11. Ürünü Pazarlama Olanağı-Satış garantisi	
12. Doğal Koşullar (arazi-iklim)	
13. Çevredeki çiftçilerin yetiştirdiği ürün	
14. Kredi/borç alma kolaylığı	
15. Ziraat Müh./Tek. Önerisi	
16. Firmaların ve tüccarların önerisi	
17. Gübre kullanımı	
18. İlaç kullanımı	

22. Tarımsal üretiminizi (gelirlerinizi) etkileyen faktörlere karşı hangi önlemler alınmalı?

Birden çok ürünün üretilmesi	
Ürünleri depolayarak farklı zamanlara satmak	
Pazar hakkında bilgilenmek	
Tarım dışı alanlara yatırım yapmak	
Ürünleri mamul haline getirip işleyerek satmak	
Yoğun girdi kullanımı (gübre, ilaç, kaliteli tohum)	
Yeni üretim teknikleri kullanmak	
Kooperatifleşmek	
Uygun fiyattan girdileri önceden depolamak	
Aile bireylerinin köy dışında çalışması	
Sözleşmeli üretim yapmak	

23. Çevre bilinci ve çevreye karşı tutum

1:Hiç katılmıyorum 2:Pek katılmıyorum 3:Kısmen katılıyorum 4:Önemli ölçüde katılıyorum

5:Tamamen katılıyorum

Yakın yerlerdeki sanayileşmenin toprak, hava ve su kirliliğine etkisi vardır	
Gübre kullanımının çevreye olumsuz etkisi vardır	
Tarımsal ilaç kullanımının çevreye olumsuz etkisi vardır	
Güvenli düzeyde veya minimum düzeyde tarımsal ilaç kullanılmalıdır	

Aşırı sulama bitkilere ve toprağa zararlıdır	
Yeraltı sularında eskiye göre bir azalma var mı?	
Sulama sayısında eskiye göre bir azalma var mı?	
İnsanların doğaya müdahale etmesi genellikle felaket getiren sonuçlar doğurur	
İnsan zekâsı dünyayı yaşanmaz hale sokar	
İnsanlar genellikle doğal çevreyi suistimal etmektedir	
Dünyada bol miktarda kaynak var, yeter ki insanlar bunları nasıl kullanacağını öğreysin	
Bitkiler ve hayvanlar insanlar kadar var olma hakkına sahiptir	
Doğanın dengesi sanayileşmenin olumsuz etkileriyle başa çıkabilecek kadar güçlüdür	
İnsanoğlu özel yeteneklerine rağmen hala doğa kanunlarına tabidir	
Çevre sorunları gereğinden fazla abartılmaktadır	
Dünya sınırlı kaynakları olan bir yerdir	
Dünyanın dengesi çok narindir ve kolayca bozulur	
İnsanlar önünde sonunda doğanın nasıl işlediğini göreceklerdir	
Böyle devam ederse, insanoğlu kısa zamanda büyük bir çevre yıkımıyla karşı karşıya kalacaktır	

24. Organik tarım hakkında bilgi sahibi misiniz?

a) evet b) hayır

28. Çevrenizde organik tarım yapan var mı?

a) evet b) hayır

25. Organik tarım yapmayı düşünür müsünüz?

a) Evet b) Hayır

26. Köyünüzde hasat ve gıda festivalleri düzenlenmesini nasıl karşılırsınız?

a) kesinlikle isterim b) isterim c) kısmen isterim
d) istemem e) kesinlikle istemem

27. Turistlerin tarımsal ürünler almak, dinlenmek, eğlenmek amacıyla günübirlik olarak köyünüze gelmesini nasıl karşılırsınız?

a) kesinlikle isterim b) isterim c) kısmen isterim
d) istemem e) kesinlikle istemem

28. Turistlerin tarımsal ürünler almak, dinlenmek, eğlenmek amacıyla konaklamalı olarak köyünüze gelmesini nasıl karşılırsınız?

- a) kesinlikle isterim b) isterim c) kısmen isterim
d) istemem e) kesinlikle istemem

29. Turistler köyünüze günübirlik ziyaret veya konaklama amacıyla gelseler aşağıdaki hizmetleri verme konusundaki düşünceleriniz ne olurdu?

Hizmet türü	Kesinlikle İsterim	İsterim	Kısmen İsterim	İstemem	Kesinlikle İstemem
Kahvaltı sunmak					
Öğle ve akşam yemekleri sunmak					
Bağ evi kurmak					
Arazinin bir bölümünde ücret karşılığı piknik alan kurmak					
Arazinin bir bölümünde ücret karşılığı çadırlı kamp alanı kurmak					
Ev pansiyonculuğu yapmak					
Motel kurup işletmek					

30. Turistler köyünüze gelse bahçenizde yetiştirdiğiniz ürünleri kendi elleriyle toplayıp satın alsalar bu konudaki fikriniz ne olurdu?

- a) kesinlikle isterim b) isterim c) Kısmen İsterim d) istemem e) kesinlikle istemem

31. Arazinizin bir bölümünü tarımsal faaliyet yapmak isteyen turistlere kiralamak ister misiniz?

- a) evet b) hayır

32. Cevabınız evet ise kiralayan kişinin köyünüzde olmadığı dönemlerde ücret karşılığı bahçesinin bakımıyla ilgilenmek ister misiniz?

- a) kesinlikle isterim b) isterim c) kısmen isterim
d) istemem e) kesinlikle istemem

33. Mozaik üretiyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır

34. Köyünüzdeki belli başlı sorunlar nelerdir?

35. Köyünüzün yeterince değerlendirilmediğini düşündüğünüz potansiyelleri nelerdir?

Orman ürünleri	
Hayvancılık	
Meyve sebze üretimi	
Zeytin	
Üzüm ve şarap üretimi	
Tarımsal turizm	
El sanatları/ Mozaik üretimi	
Diğer	

36. Kente göç durumu

Ailenizden kente göç eden var mı? 1:Evet 2:Hayır	
Var ise, nerede?	
Şu anda ne iş yapıyor?	
Kendilerine aynı yardım yapıyor musunuz?	
Evet ise nasıl?	
Kendilerinden yardım alıyor musunuz?	
Evet ise nasıl?	
Köye ne sıklıkla geliyorlar? 1:haftada bir 2:15 günde bir 2:ayda bir 3:yılda bir kaç kez 4:yılda bir veya daha seyrek	

37. Genç nüfus köyde mi kalıyor?

a) evet b)hayır

38. Kalması için neler yapılabilir?

39. Adımız

40. Yıllık ortalama geliriniz ne kadar?

41. Tarımdan başka gelir kaynağınız var mı? Evet ise;

- a) emekli maaşı b) dükkânım var c) kira geliri
d) çocuklarımdan para geliyor e) diğer (belirtiniz)

42. Hane geliri içinde tarımsal üretimden elde ettiğiniz pay ne kadar?

- a) %0-25 b) %26-50 c) %51-75 d) %76-100

43. Eğer yeterli bir ekonomik geliriniz olursa köyde yaşamaya devam eder misiniz?

- a) Evet b) Hayır

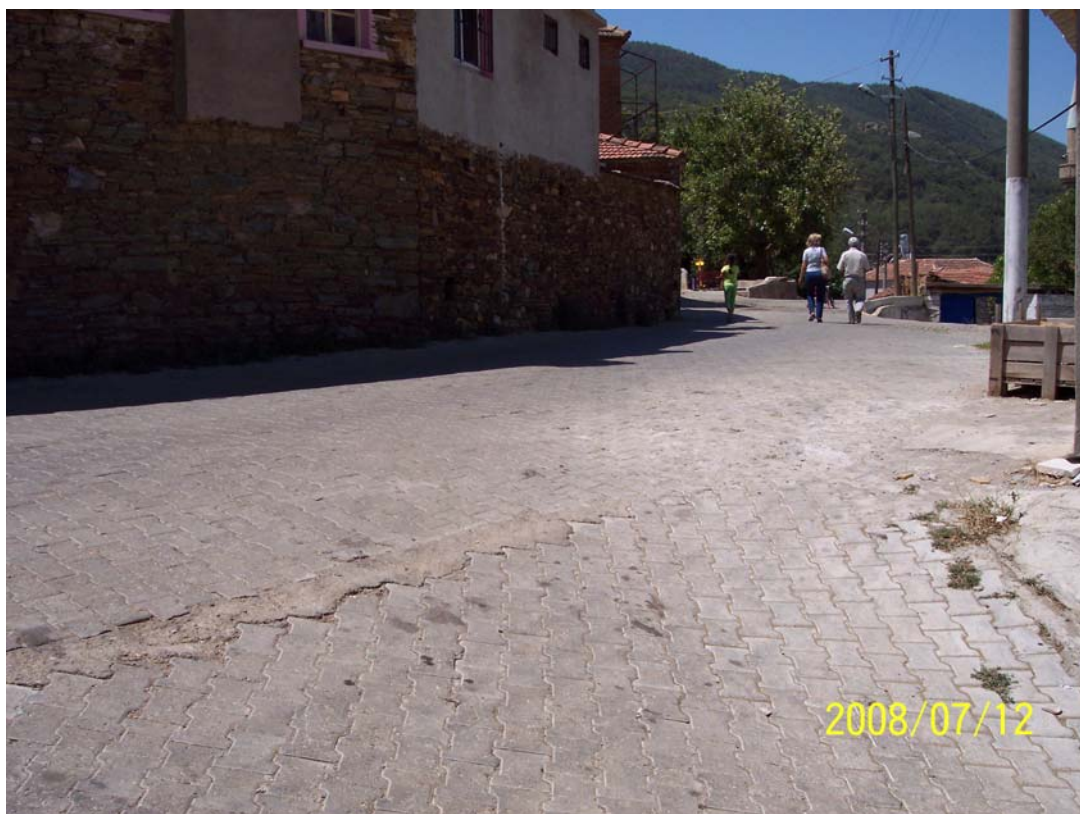
44. Eğer istemiyorsanız turizme veya tarımsal turizme neden karşı olduğunuzu söyler misiniz?

EK 2: YEŞİLKÖY VE CUMALI KÖYÜ RESİMLERİ



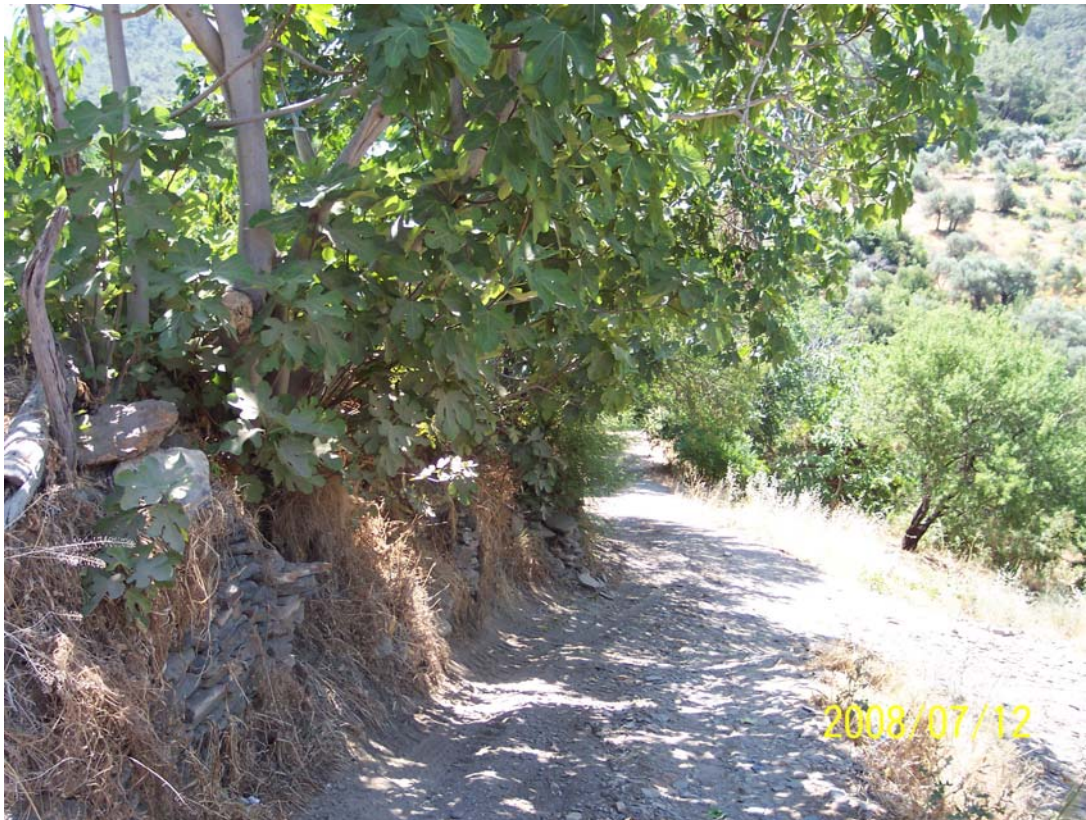












EK 3: YEŞİLKÖY'DE ÜRETİLEN MOZAİK ESERLERİ







