

**T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM ANA BİLİM DALI
TUR – YL – 2009 - 0001**

**TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME KAPSAMINDA KIRSAL
TURİZM VE KIRSAL TURİZM İŞLETMECİLİĞİ: ŞİRİNCE
ÖRNEĞİ**

**HAZIRLAYAN
Okan ÇOLAK**

**TEZ DANIŞMANI
Yrd. Doç. Dr. Ülker ÇOLAKOĞLU**

AYDIN-2009

ÖNSÖZ

Turizm sektörünün önemi gün geçtikçe artmaktadır. Ancak gelişen ve değişen şartlar dünya üzerindeki pazar paylarının farklılaşmasını da beraberinde getirmektedir. Alt yapısı yeterli, turistik yatırımları fazla, olumlu bir imaja sahip, rakiplerinden farklı ürünlere ve alternatiflere sahip ülkeler paydan daha büyük bir kısmı elde etmektedirler.

Son zamanlara kadar Türkiye, kıyı turizmi üzerinde yoğunlaşmış, Akdeniz ve Ege kıyıları ilk etapta bu konuda geliştirilmeye çalışılmış bölgeler olmuşlardır. Türkiye'nin de içinde bulunduğu birçok ülke kıyı turizminde kapasitelerini doldurduklarından turistlerin değişen istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere yeni turistik ürün oluşturmak için rekabet içerisine girmişlerdir. Turistik ürün çeşitlendirme çabalarından biri de kırsal turizmdir.

Kırsal turizm, diğer turizm türleriyle entegre olabilme gücü sayesinde diğer turizm türlerine dinamizm vererek turizm sezonunu uzatmakta, değişik ve bilinçli turist gruplarından talep yaratarak yörenin, bölgenin ve dolayısıyla ülkenin pazar payını genişletmesine katkıda bulunmaktadır. Ege'nin kırsal turizm potansiyeli açısından en önemli destinasyonu olan Şirince, bulunduğu konum itibarıyla İzmir, Şelçuk, Kuşadası gibi üç önemli destinasyona yakınlığı, Efes, Meryem Ana, St. Jean, Artemis Tapınağı gibi dünyada adını duyurmuş tarihi mekanlara yakınlığı dolayısıyla kıyı turizmi, sağlık turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, botanik gibi birçok turizm çeşidiyle entegre olabilme gücüne sahiptir. Şirince'nin sahip olduğu bu çekicilikleri haricinde özgün mimarideki geleneksel konutları, gelenekleri korumuş yaşam kültürü, tarihi ve kültürel çekicilikleri ile kırsal turizm köyüdür. Şirince'nin sahip olduğu bu kırsal turizm potansiyelinin korunması ve geliştirilmesi ve geleceğe taşınması bölge ve ülke turizmi açısından büyük öneme sahiptir. Bu çalışma da, Şirince'nin mevcut turizm potansiyelinin belirlenerek köyün kırsal turizm açısından geleceğine ışık tutmak üzere yörenin sahip olduğu zayıf ve güçlü yönlerin farkına varılmasını sağlayarak bunların değerlendirilmesi, fırsat ve tehdit unsurlarını avantaja çevrilebilmesi için yapılması gerekenlere yönelik olarak öneriler getirilmiştir. Diğer yandan, kırsal turizm işletmeciliği kapsamında yörenin işgören potansiyelini tespit etmek üzere işgören profili çıkarılmıştır.

Tez süresi boyunca bilgi ve tecrübeleriyle bana katkıda bulunan ve beni destekleyen tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Ülker ÇOLAKOĞLU'na, tez çalışmam hazırlanmasında dostluğunu, zamanını bilgisini esirgemeyen, yakın ilgi ve yardımlarını her an hissettiğim, her

zaman yanımda olan Araş. Gör. Hakan ATAY'a, bilgi ve tecrübeleriyle yardımlarını esirgemeyen Harran Üniversitesi Okt. Ali DİKİCİ'ye, yoğun işleri arasında zaman ayırarak araştırmanın uygulanma aşamasında büyük katkısı olan başta Aqua Fantasy Oteli Sat. Paz. Md. İnci ÇORABATU'ya ve tüm otel çalışanlarına, araştırmaya katılan tüm özel ve kamu idarecilerine ve çalışanlarına, Şirince köy halkına, bütün süreçte benden hiçbir desteğini esirgemeyen anneme, babama ve kardeşlerime sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Okan ÇOLAK

2009, AYDIN

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR LİSTESİ	xii
TABLolar LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
EKLER LİSTESİ	xvi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN VE TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ

1.1. TURİSTİK ÜRÜN KAVRAMI.....	3
1.2. TURİSTİK ÜRÜNÜN ÖZELLİKLERİ.....	4
1.3. TURİSTİK ÜRÜNÜ OLUŞTURAN FAKTÖRLER.....	7
1.3.1. Çekim Yeri Çekicilikleri.....	7
1.3.2. Çekim Yeri Kolaylıkları.....	9
1.3.3. Çekim Yerine Girilebilirlik Koşulları.....	10
1.3.4. Çekim Yerinin İmajları.....	11
1.3.5. Çekim Yerinde Uygulanan Fiyatlar.....	11
1.4. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ.....	11
1.4.1. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kavramı.....	12
1.4.2. Turistik Ürün Çeşitlendirmesinin Gerekçeleri.....	13
1.4.2.1. Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Değişmeler.....	14
1.4.2.2. Turist Profilinin Değişimi ve Turizmde Son Eğilimler.....	16
1.4.2.3. Rekabet.....	17
1.4.2.4. Teknoloji.....	17
1.4.2.5. İmaj Değiştirme İsteği.....	18
1.4.2.6. Üretim ve Pazarlama Olanaklarının Geliştirilmesi.....	19

1.5. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME SÜRECİ.....	20
1.6. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİNDE UYGULANABİLECEK POLİTİKALAR.....	21
1.6.1. Gençlik Turizmi.....	22
1.6.2. Üçüncü Yaş Turizmi.....	23
1.6.3. Yayla Turizmi.....	24
1.6.4. Golf Turizmi.....	24
1.6.5. İnanç Turizmi.....	25
1.6.6. Sağlık ve Termal Turizm.....	26
1.6.7. Kış Turizmi.....	27
1.6.8. Mağara Turizmi.....	28
1.6.9. Kongre Turizmi.....	29
1.6.10. Av Turizmi.....	30
1.6.11. Kırsal Turizmi.....	31
1.6.12. Akarsu Turizmi.....	32
1.6.13. Kültür Turizmi.....	32
1.6.14. Yat Turizmi.....	33
1.6.15. Botanik Turizmi.....	34
1.6.16. Eko-Turizm.....	35
1.6.17. Spor Turizm.....	36

İKİNCİ BÖLÜM

KIRSAL TURİZM VE KIRSAL TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

2.1. KIRSAL ALAN, KIRSAL KALKINMA, KIRSAL TURİZM VE TURİZM KAVRAMLARI.....	37
2.1.1. Kırsal Alan, Kırsal Kalkınma ve Turizm Kavramı.....	37
2.1.2. Kırsal Turizm Kavramı.....	39
2.1.3. Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi.....	41
2.1.4. Kırsal Turizm ve Kırsal Alan İlişkisi.....	44
2.2. KIRSAL TURİZMİN ETKİLERİ, ÖZELLİKLERİ, SORUNLARI VE PRENSİPLERİ	45
2.2.1. Kırsal Turizmin Etkileri.....	45
2.2.1.1. Kırsal Turizmin Ekonomik Etkileri.....	46

2.2.1.2. Kırsal Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Etkileri.....	49
2.2.1.3. Kırsal Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri.....	51
2.2.2. Kırsal Turizmin Özellikleri.....	53
2.2.2.1. Kırsal Turizmin Konaklama Özellikleri.....	53
2.2.2.1.1. Köy ve Çiftlik Evleri.....	54
2.2.2.1.2. Yayla Evi.....	56
2.2.2.1.3. Dağ Evi.....	56
2.2.2.1.4. Kırsal Yöre Otel ve Motelleri.....	57
2.2.2.1.5. Kırsal Pansiyonlar ve Kiralık Odalar.....	57
2.2.2.1.6. Kırsal Tatil Köyleri.....	57
2.2.2.1.7. Kırsal İkinci Evler.....	58
2.2.2.1.8. Çadır ve Karavanda (Kamping Alanları).....	58
2.2.2.1.9. Akraba ve Tanıdık Yanında.....	58
2.2.2.2. Kırsal Turizm Yöresinin Özellikleri.....	58
2.2.2.3. Kırsal Turizme Katılan Turistlerin Özellikleri.....	59
2.2.3. Kırsal Turizmin Sorunları.....	61
2.2.4. Kırsal Turizmin Prensipleri.....	70
2.3. KIRSAL TURİZMİN GELİŞİMİ VE KIRSAL TURİZM UYGULAMALARI.....	72
2.3.1. Kırsal Turizmin Gelişimi.....	72
2.3.1.1. Dünyada Kırsal Turizmin Gelişimi.....	72
2.3.1.2. Türkiye’de Kırsal Turizmin Gelişimi.....	74
2.3.2. Kırsal Turizmin Gelişme Nedenleri.....	77
2.3.3. Kırsal Turizmi Geliştirmede Strateji Yöntemleri.....	79
2.3.4. Kırsal Turizmi Geliştirmenin Temel Hedefleri.....	79
2.3.5. Kırsal Turizm Uygulamaları.....	80
2.3.5.1. Dünyada Kırsal Turizm Uygulamaları.....	80
2.3.5.2. Türkiye’de Kırsal Turizm Uygulamaları.....	95
2.3.5.3. Şirince’nin Kırsal Turizm Potansiyeli.....	101
2.3.5.3.1. Şirince’nin Coğrafi Özellikleri.....	101
2.3.5.3.2. Şirince’nin Yerleşme Özellikleri ve Tarihi.....	103
2.3.5.3.3. Şirince’nin Kırsal Turizm Arz Kaynakları.....	106
2.3.5.3.3.1. Doğal Turistik Değerler.....	106
2.3.5.3.3.2. Tarihi Turistik Değerler.....	107
2.3.5.3.3.2.1. Şirince Evleri.....	107

2.3.5.3.3.2.2. Kiliseler.....	108
2.3.5.3.3.2.3. Yapı Kalıntıları.....	111
2.3.5.3.3.2.4. Diğer Tarihi Turistik Değerler.....	112
2.3.5.3.3.3. Yakın Çevrenin Turizm Çekicilikleri.....	114
2.3.5.3.3.4. Kültürel Turistik Değerler.....	120
2.3.5.3.3.4.1. Festival, Şenlik ve Ayinler.....	120
2.3.5.3.3.4.2. Şirince’de Gelenekleri ve Yöre Halkının Kırsal Turizme Bakış Açısı.....	121
2.3.5.3.3.5. Köydeki Hizmet Birimleri.....	122

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ŞİRİNCE’NİN KIRSAL TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ VE ŞİRİNCE’DEKİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN İŞGÖREN PROFİLİ

3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ, AMACI VE YÖNTEMİ.....	124
3.1.1. Araştırmanın Önemi.....	124
3.1.2. Araştırmanın Amacı.....	125
3.1.3. Araştırmanın Yöntemi.....	125
3.1.3.1. Veri Toplama Tekniği.....	127
3.1.3.1.1. Anketin Geliştirilmesi.....	127
3.1.3.1.1.1. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Anketin Geliştirilmesi.....	128
3.1.3.1.1.2. Yöre Halkına Yönelik Anketin Geliştirilmesi.	128
3.1.3.1.1.3. Yerli ve Yabancı Ziyaretçilere Yönelik Anketin Geliştirilmesi.....	129
3.1.3.1.1.4. İşgören Profili Belirlemeye Yönelik Anketin Geliştirilmesi.....	130
3.1.3.1.2. Mülakat.....	131
3.1.3.2. Araştırmanın Örneklemi, Zaman ve Sınırlılıkları.....	131
3.1.3.2.1. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Anket.....	131
3.1.3.2.2. Yöre Halkına Yönelik Anket.....	132

3.1.3.2.3. Yerli ve Yabancı Ziyaretçilere Yönelik Anket.....	132
3.1.3.2.4. İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Anket.....	132
3.2. BULGULAR VE YORUMLAR.....	133
3.2.1. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Anket Sonuçları.....	133
3.2.1.1. Demografik Faktörler.....	133
3.2.1.2. Şirince'nin Kırsal Turizmin Gelişiminde İçsel Faktörlerin Analizi	135
3.2.1.2.1. Şirince'nin Kırsal Turizm Açısından Güçlü Yönleri.....	135
3.2.1.2.2. Şirince'nin Kırsal Turizm Açısından Zayıf Yönleri.....	142
3.2.1.3.Şirince'nin Kırsal Turizmin Gelişiminde Dışsal Faktörlerin Analizi	148
3.2.1.3.1. Şirince'nin Kırsal Turizm Açısından Sahip Olduğu Fırsatlar.....	149
3.2.1.3.2. Şirince'nin Kırsal Turizm Açısından Sahip Olduğu Tehdit Unsurları.....	156
3.2.2. Yöre Halkına Yönelik Anket Sonuçları.....	160
3.2.2.1. Demografik Faktörler.....	160
3.2.2.2. Yöre Halkının Yörenin Kırsal Turizmiyle İlgili Görüş ve Beklentileri.....	162
3.2.3. Ziyaretçilere Yönelik Anket Sonuçları.....	168
3.2.3.1. Demografik Faktörler.....	169
3.2.3.2. Ziyaretçilerin Yöreye İlişkin Deneyim, Sadakat, Tercih Etmenleriyle İlgili Değerlendirmeleri.....	171
3.2.3.3. Ziyaretçilerin Yöre Turizmine İlişkin Değerlendirmeleri.....	175
3.2.4. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Görüşme Sonuçları.....	181
3.2.5. İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Anket Sonuçları.....	182
SONUÇLAR VE ÖNERİLER	189
KAYNAKÇA	198
EKLER	211
ÖZGEÇMİŞ	222

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
CRS	Bilgisayarlı Rezervasyon Sistemleri
ÇED	Çevresel Etki Değerlendirmesi
DAKAP	Doğu Anadolu Kalkınma Planı
DATUR	Doğu Anadolu Bölgesi Turizmi Geliştirme Projesi
DKP	Dokuzuncu Kalkınma Planı
DMS	Destinasyon Yönetim Sistemleri
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
ECEAT	Avrupa Ekolojik Tarım ve Turizm Merkezi
FWS	Orman Arazileri Çiftlik Ev Planı
GDS	Global Dağıtım Sistemleri
GEF	Küresel Çevre Fonu
GV	Gelir Vergisi
IFAD	Uluslararası Tarım Gelişim Fonu
IPARD	Katılım Öncesi Mali Araç Kırsal Kalkınma Birleşeni
IQM	Bütünleştirilmiş Kalite Yöntemi
ISTAT	İtalyan İstatistik Enstitüsü
KDV	Katma Değer Vergisi
KV	Kurumlar Vergisi
LEADER	Kırsal Ekonomi Gelişim Programları
MAK	Merkez Av Komisyonu
OECD	Avrupa İktisadi İşbirliği Teşkilatı
PİO	Pansiyonlu İlköğretim Okulları
SARS	Ağır Akut Solunum Yetersizliği Sendromu
SGP	Küçük Destek Programı
SPARD	Tarım ve Kırsal Kalkınma için Özel Katılım Programı
SWOT	Stregths (Avantajlar), Weakness (Dezavantajlar), Oppurtunities (Fırsatlar), Threats (Tehditler)
TATUTA	Tarım Turizmi, Gönüllü Bilgi ve Tecrübe Takası Projesi
TER	Kırsal Alanda Turizm Birliği
TUİK	Türkiye İstatistik Kurumu

TÜROFED	Türkiye Otelciler Federasyonu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
TYD	Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği
UKS	Ulusal Kalkınma Stratejisi
UNDP	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
UNEP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı
WINPEACE	Türkiye Yunanistan Kadın Barış Girişimi
WTO	Dünya Turizm Örgütü
WTTC	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
YİBO	Yatılı İlköğretim Bölge Okulları

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo.1.1. Bölgelere Göre Uluslararası Turist Sayıları ve Pazar Payı Tahmini (2010-2020)	15
Tablo.3.1. Kamu ve Özel Kuruluşlar-Katılanların Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarına Göre Dağılımı.....	133
Tablo.3.2. Kamu ve Özel Kuruluşlar-Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı.....	133
Tablo.3.3. Kamu ve Özel Kuruluşlar-Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı.....	134
Tablo.3.4. Kamu ve Özel Kuruluşlar- Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı....	134
Tablo.3.5. Kamu ve Özel Kuruluşlar- Katılanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı...	134
Tablo.3.6. Kamu ve Özel Kuruluşlar-Şirince'nin Kırsal Turizm Gelişiminde İçsel Faktörlerin Analizi (Yörenin Güçlü ve Zayıf Yönleri).....	147
Tablo.3.7. Kamu ve Özel Kuruluşlar Şirince'nin Turizm Gelişiminde Dışsal Faktörlerin Analizi.....	159
Tablo.3.8. Yöre Halkı-Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı.....	161
Tablo.3.9. Yöre Halkı-Katılanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı.....	161
Tablo.3.10. Yöre Halkı- Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı.....	161
Tablo.3.11. Yöre Halkı-Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı.....	162
Tablo.3.12. Yöre Halkı- Katılanların Meslek Durumlarına Göre Dağılımı.....	162
Tablo.3.13. Yöre Halkı- Katılanların Şirince'ye Özgü Buldukları Özellikler.....	162
Tablo.3.14. Yöre Halkı- Katılanların Şirince'de Gördükleri En Önemli Sorunların Dağılımı	163
Tablo.3.15. Yöre Halkı- Katılanların Ailesinden Göç Edenlerin Tekrar Şirince'ye Dönüş Nedenleri.....	163
Tablo.3.16. Yöre Halkı-Katılanların Turizmin Yörede Yarattığı Değişikliklere İlişkin Değerlendirmeleri.....	164
Tablo.3.17.Yöre Halkı-Katılanların Şirince'de Turizme Yönelik Ne Tür Aktiviteler Yapılabileceğine İlişkin Değerlendirmeleri.....	165
Tablo.3.18.Yöre Halkı- Katılanların Turizm Konusundaki Çalışmalara Destek Verebilecekleri Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri.....	166
Tablo.3.19. Yöre Halkı-Katılımcıların Göç Edenlerin Turizm Konusunda Çalışmalara Destek Verebilecekleri Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri.....	167

Tablo.3.20. Yöre Halkı- Katılanların Şirince’de Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması	
Gerekenlere İlişkin Değerlendirmeleri.....	168
Tablo.3.21. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı.....	169
Tablo.3.22. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Medeni Durumlarına Göre	
Dağılımı.....	169
Tablo.3.23. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler- Katılanların Yaş Düzeylerine Göre Dağılımı..	170
Tablo.3.24. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Eğitim Durumlarına Göre	
Dağılımı.....	170
Tablo.3.25. Yabancı Ziyaretçilerin Uyruklarına Göre Dağılımı.....	171
Tablo.3.26. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı.	171
Tablo.3.27. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yöreği Ziyaret Durumları.....	172
Tablo.3.28. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yörede Konaklama Durumları.....	172
Tablo.3.29. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yöreği Tercih Nedenleri.....	173
Tablo.3.30. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yörede Yaptıkları Alışverişler.....	173
Tablo.3.31. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yöre Sadakatiyle İlgili	
Değerlendirmeleri.....	174
Tablo.3.32. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yöreği Tercih Etmelerinde Motive	
Eden Etmenler.....	175
Tablo.3.33. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Şirince’nin İlk Dikkatlerini Çeken	
Özellğine İlişkin Değerlendirmeleri.....	176
Tablo.3.34. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Şirince’nin En Fazla Beğendikleri	
Özelliklere İlişkin Değerlendirmeleri.....	177
Tablo.3.35. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Şirince’de Olumsuz Buldukları	
Özelliklere İlişkin Değerlendirmeleri.....	178
Tablo.3.36. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler- Katılanların Şirince’de Yapılabilecek Aktivitelere	
İlişkin Değerlendirmeleri.....	179
Tablo.3.37. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler- Katılanların Şirince’de Turizmi Canlandırması	
İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Değerlendirmeleri.....	180
Tablo.3.38. İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Analiz Değerlendirmeleri.....	182

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Kırsal Turizm Bileşenleri.....	40
Şekil.2.2. Kırsal Turizm Gelişim Süreci	78
Şekil.3.1. Şirince'nin Kırsal Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi.....	190

EKLER LİSTESİ

Ek.1. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Yapılan Anket.....	211
Ek.2. Yöre Halkına Yönelik Yapılan Anket.....	214
Ek.3. Yabancı Ziyaretçilere Yönelik Yapılan Anket.....	216
Ek.4. Yerli Ziyaretçilere Yönelik Yapılan Anket.....	218
Ek.5. İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Yapılan Anket.....	220

ÖZET

Dünyadaki hızlı ekonomik, siyasal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak, turizm sektörünün sağladığı faydaların fark edilmesiyle ülkeler arasında rekabet artmış, değişen istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda uluslararası turizm hareketlerinde değişimler yaşanmış ve seyahat sırasında macera arayan, çevreye duyarlı, farklı kültürleri merak eden, farklı turistik ürünleri tercih eden yeni bir turist profili ortaya çıkmıştır. Gelişen bu yeni turistik talebe bağlı olarak yeni turistik ürünler oluşturma, turistik destinasyonların en önemli politikası haline gelmiştir. Turistik ürün çeşitlendirme politikalarından biri de kırsal turizmdir.

Kırsal turizm, sürdürülebilirlik yaklaşımlarından hareketle giderek dünyada ve Türkiye’de daha fazla ilgi gören ve geliştirilen bir turizm çeşididir. Türkiye’de turizm açısından gelişmiş Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerindeki turizm merkezlerinin yakınındaki bazı köyler keşfedilerek, ziyarete konu olmaya başlamıştır. Bu köylerden biri de Şirince’dir. Şirince, coğrafi konum bakımından potansiyeli çok yüksek ve turizmde dünyada adını duyurmuş Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, St. Jean, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakındır. Şirince kırsal turizm açısından yüksek potansiyele ve diğer turizm türleriyle entegre olabilme gücüne sahip olmasına karşın kırsal turizm potansiyeli yeterince değerlendirilememektedir.

Bu çalışmada, turistik ürün çeşitlendirme kapsamında kırsal turizm incelenerek, Şirince Köyünün yöresel özellikleri ortaya konulmuş ve alan araştırması yapılarak mevcut turizm potansiyeli, yörenin güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehdit unsurları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun yanında kırsal turizm işletmeciliğine yönelik olarak yörenin işgören potansiyelini belirlemek üzere Şirince’de faaliyet gösteren kırsal turizm işletmelerinde çalışan işgören profili çıkarılmıştır. Çalışmanın sonunda elde edilen bulgulara dayalı olarak, Şirince’nin SWOT matrisi çıkarılarak yörenin turizm gelişimi için yapılması gerekenler önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turistik Ürün Çeşitlendirme, Kırsal Turizm, Şirince, Swot Analizi

ABSTRACT

In parallel with the economic, politic and technologic developments in the world; due to noticing the benefits that tourism sector supplies, the rivalry between the countries ascended; international tourism destination changes seen according to the varying desires and needs; and a new tourist profile appears that looks up adventure while travelling, environmentally-conscious, wonders different cultures, and chooses different touristic products. Due to developing this new touristic demand, composing new touristic products became the most important politics of touristic destinations. Rural tourism is the one of these policies.

Rural tourism is a tourism type that gets more attention in Turkey and in the world moving with the sustainability approaches. Some of the villages in Turkey in which located in Marmara, Aegean and Mediterranean regions nearby the tourism centers are explored and started to visit. One of these villages is Şirince. Şirince is close to the places that have a very high potential as geographical position and famous around the worldwide in tourism like Ephesus, Artemis Temple, the Virgin Mary, St. John, Seven Sleepers etc. Although Şirince has the power to integrate to the other tourism types and has the high potential in terms of rural tourism, its' rural potential can not be evaluated sufficiently.

In this study, by analyzing touristic product diversification of rural tourism, the local specialties of village Şirince is displayed; and by making field study; current tourism potential, strong and weak aspects of destination, opportunity and threat factors are tried to determine. Moreover, intended for rural tourism management, for determining employees of destination, the profile of employees is found out working at rural hotels in Şirince. At the end of the study, recommendations are given for the tourism development of the region and SWOT matrix of Şirince is drawn by based on the findings.

Keywords: Tourism Product Diversification, Rural Tourism, Şirince, SWOT Analysis

GİRİŞ

İhtiyaç ve beklentilerin hızla değiştiği uluslararası turizm piyasasında, ülkelerin sahip olduğu potansiyel kaynakları avantaja dönüştürebilmesi, turizm faaliyetlerini çeşitlendirmelerine bağlıdır. Özellikle son yıllarda teknoloji, siyasal ve ekonomi alanda yaşanan gelişmelere bağlı olarak turizm alışlagelmiş anlamından farklı bir anlam kazanmış, yeni kavramsal yapısı içinde sadece deniz, güneş ve tatil tanımlamasından çıkılmış, dinlenme-eğlenme ve boş zamanları değerlendirme ile bütünleşen bir olgu olarak kabul görmeye başlamıştır. Yaşanan bu gelişmelere paralel olarak, seyahat sırasında macera arayan, kendi başına ya da ailesi ile seyahat eden, seyahatini kendi organize eden, farklı kültürleri merak eden ve farklı turistik ürünleri tercih eden yeni bir turist profili ortaya çıkmıştır.

Değişen turist profili ve seyahat eğilimlerine bağlı olarak ülkeler, turizm politikalarını yeniden gözden geçirmek zorundadırlar. Turistik ürün çeşitlendirme politikalarından birisi de kırsal turizmdir. Türkiye, sahip olduğu kırsal alanların fazlalığı dolayısıyla kırsal turizmin gelişmesi açısından yüksek potansiyele sahiptir. Sahip olunan bu kırsal alanların turizme kazandırılması yöre ekonomisini güçlendirerek kırsal alanların kalkınmasını sağlayacak kırsal alanlardaki göç, gelir dengesizliği, alt yapı ve üst yapı olanakların yetersizliği gibi birçok soruna da çözümleyecektir.

Bir yörenin turistik bir merkez olabilmesi için turizme uygunluk düzeyinin araştırılması ve turistik arz potansiyelinin doğru bir şekilde tespit edilmesi gerekir. Turizm pazarında iyi bir yer almak için, turistlerin kafasında farklı bir çekim yeri görüntüsü oluşturulmalıdır. Sunulan turistik ürün, rakiplerinkinden farklı ve çeşitli değilse turistlerin o ürün hakkındaki karar verme süreçleri iyice azalır. Rakip ülkelerden farklı bir çekim yeri yaratmanın yanında yörenin kapsamlı bir turizm planının yapılması, yörenin ve halkın öncelik ve gereksinimlerinin belirlenmesi, yörenin çevre bakımından kapasite sınırlarının (insan ve fiziki çevre olarak) dikkate alınması gerekir. Turizm sektöründe uygulanan yanlış politikalar, turizm mahallinde ucuz ve kusurlu ürün imajı yaratılmasına neden olur. Türkiye ve Dünya’da birçok ülkenin kıyı turizmi ve bilinen klasik turizm çeşitleri üzerinde yoğunlaşması nedeniyle doğal çevre büyük zarar görmüş ve ortaya çıkan turistik yoğunluk ancak kısa bir süre devam etmiştir. Ancak, çevreye ve turistik imaja olan olumsuz etki büyük olmuştur. Bu bağlamda, bir yörenin turistik potansiyelinin belirlenirken yörenin turizme uygunluk düzeyinin mutlaka araştırılması ve turistik arz potansiyelinin doğru bir şekilde tespit edilmesi gerekir.

Bu çalışmada, Şirince köyünün turizm potansiyelini tespit etmek üzere literatür taraması yapılarak yörenin yöresel özellikleri ortaya konulmuş, yörenin kırsal turizmde güçlü ve zayıf yönlerini, çevredeki fırsat ve tehdit unsurlarını tespit etmek üzere SWOT analizi yapılmıştır. SWOT analizi yapılırken yöre ve yörenin bağlı olduğu yerlerdeki özel ve kamu işletmeleri yöneticilerine, yöre halkına ve yöreyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere anket uygulanmıştır. Ayrıca, yine yörenin kırsal turizm potansiyelinin tespitine yönelik olarak özel ve kamu işletmeleri yöneticileriyle görüşme yapılmıştır. Bunun yanında kırsal turizm işletmeciliğine yönelik olarak yörenin işgören potansiyelini belirlemek üzere yörede faaliyet gösteren turizm konaklama işletmelerde çalışan işgörelere anket uygulanarak ve işletme yöneticileriyle görüşerek işgören profili ortaya çıkarılmıştır. Son olarak elde edilen bulgulara dayalı olarak, Şirince'nin SWOT matrisi çıkarılarak yörenin turizm gelişimi için yapılması gerekenler önerilmiştir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, turistik ürün kavramına, turistik ürün özelliklerine, turistik ürünü oluşturan faktörlere, turistik ürün çeşitlendirmesi kavramına, turistik ürün çeşitlendirme sürecine ve turistik ürün çeşitlendirme konusunda uygulanabilecek politikalara değinilmiştir. İkinci bölümde ise kırsal alan, kırsal kalkınma ve turizm kavramlarına, kırsal turizmin etkileri, özellikleri, sorunları ve prensipleri konularına ve kırsal turizmin gelişimi ve kırsal turizm uygulamalarına değinilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ise Şirince'de yapılan SWOT analiziyle ilgili bulgulara, işgören profili sonuçlarına ve elde edilen bulgulardan yararlanılarak turizm potansiyeline yönelik getirilen önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN VE TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ

Turistik ürünlere olan talep, insanların temel istek ve ihtiyaçlarını karşılayan ürünler olmadıklarından sürekli değişiklik göstermektedir. Günümüzde turistik tüketicilerin ekonomik gücü artmakla birlikte seyahati sırasında macera arayan, kendi başına ya da ailesi ile seyahat eden, seyahatini kendi organize eden, farklı kültürleri merak eden, farklı turistik ürünleri tercih eden yeni bir turist profili ortaya çıkmıştır. Değişen turist profili ve seyahat eğilimlerine paralel olarak turizm alışlagelmiş anlamından farklı bir anlam kazanarak, yeni kavramsal yapısı içinde sadece deniz, güneş ve tatil tanımlamasından çıkılmış, dinlenme-eğlenme ve boş zamanları değerlendirme ile bütünleşen bir olgu olarak kabul görmeye başlamıştır.

Değişen tüketici tipleri ve tüketim kalıplarına bağlı olarak ülkeler turistik ürün çeşitlendirme politikalarını yeniden geçirmek zorundadırlar. Uluslararası talep yapısındaki değişiklikleri ve yenilikleri iyi analiz ederek, rekabet stratejilerini bu değişime göre şekillendirebilen destinasyonlar rekabet gücü artarak daha avantajlı duruma gelmektedir. Uluslararası turizm pazarında ortaya konulan başarılı turistik ürünler turizm talebinin yönünde büyük ölçüde etki etmektedir. Sunulan turistik ürün ne kadar çekici ise elde edilen getiri de o kadar yüksek olmaktadır.

1.1. TURİSTİK ÜRÜN KAVRAMI

Ürün, bir istek ve gereksinmeyi karşılamak üzere tüketim, kullanım, ele geçirme veya dikkate alınması için pazara sunulan herhangi bir şeydir. Bu yüzden insanların ihtiyaçlarını karşılamak için satın alınan herşey ürün olarak değerlendirilir (İbragimov, 2001: 11). Turistik kavramı ise sözlükte “turizmle ilgili olan” veya “turistlerin gereksinimlerini karşılayabilecek özellikte olan” şeklinde tanımlanır. Buna göre turistlerin gezi süreleri boyunca ihtiyaç duyacakları veya ilgilerini çekebilecek her türlü ürün veya hizmetler “turistik” olarak adlandırılır. Turistik ürün ise; oturma yerinde karşılanamayan gereksinimleri giderme niteliği olan mevcut ve potansiyel mal ve hizmetlerdir (Rızaoğlu, 2004: 171-172).

Turistik ürün diğer bir tanımda, turistik ilgi çeken ülkesel değerler bütünüdür. Ayrıca, genel altyapı, satış üst yapısı ve doğal güzellik, artistik, arkeolojik ve tarihi verilerin değerlendirilip sunulması şeklinde tanımlanabilir. Bu bağlamda turistik ürünler sunulduğu

Ülkelerin özelliklerini yansıtmakta ve turistlerin ürünler ile karşılaşması aslında iki kültürün birbiriyle tanırması niteliği taşır. Kendi kültürünün özelliklerini yansıtan ürün eğer bir nesne ise; alıcı için hatıra özelliği taşır ve ait olduğu ülkeyi turiste anımsatır (Demir, 2004: 7). Diğer bir ifadeyle turistik ürün, turistin seyahat ve geçici konaklamalarından doğan gereksinimlerini karşılayabilecek nitelikte olan mal, hizmet veya mallar ve hizmetler karşımı ya da her ikisinin birden karşımından oluşan bir pakettir (M. Demir ve ř. Demir, 2004: 94).

Turist açısından turistik ürün, turistin evden ayrılışından tekrar eve dönüşüne kadar geçen sürede edindiği deneyimlerin toplamını ifade eder. Turist açısından bir ürün, çekim yerindeki çeşitli faaliyetlere bağlı olarak dokunulur ve dokunulamaz öğelerin bileşimidir. Bu bileşim, turist tarafından belli bir fiyattan satın alınan bir deneyim olarak algılanır. İşletmeler açısından düşündüğümüzde turistik ürün tek tek ürünlerdir. Bireysel rn kavramı hedef tüketici bölümlerinin belirlenmiş gereksinimleri ve istekleri doğrultusunda işletmelerin belirlenmiş farklı ürünlerini içeren dikey boyuttur (Rızaoğlu, 2004: 172-173). Günümüzde turistik ürünler çoğunlukla bileşik ürün olarak arz edilmektedir. Turistik rnlerin bileşik ürün olarak arz edilmesinin temel sebebi, birbirini tamamlayan ürünler olmalarıdır. Bileşik rn niteliğindeki turistik ürün; ulaştırma, konaklama, yeme-içme ve eğlence hizmetleri gibi tamamlayıcı ürünlerin biraraya gelmesiyle oluşmaktadır (Baytok, 1998: 4).

Turistik ürünle ilgili yapılan tanımlamaların ortak noktası, turistik ürünün çeşitli mal ve hizmetlerinden oluşan karma bir ürün olarak ortaya çıkması ve turistik ürünü oluşturan mal ve hizmetlerin birbirini tamamlar nitelikte olmasıdır (Akgül, 2003: 7). Turistler, turistik ürünü satın alırken tek bir ürünle yetinmez. Çünkü, turistik ürün birçok mal ve hizmetler ve olay ve ilişkiler bütünüdür (İbragimov, 2001: 15).

1.2. TURİSTİK ÜRÜNÜN ÖZELLİKLERİ

Turistik rn çok karmaşık ve birleşik yapıya sahiptir. Turizm hizmet ağırlıklı bir sektör olduğundan diğer ürünlerden farklı özelliklere sahiptir (Kahveci, 1994: 29). Bu zellikler şu şekilde sıralanabilir:

1. Turistik rn bulunduğu, sunulduğu veya işlemlendiği yerde tüketilmesi gereken bir üründür. Turistik tüketiciler, turistik ürünlerin bulunduğu, verildiği veya işlemlendiği yerlere çekilmesi veya taşınması gerekir. Dolayısıyla, turizm pazarlamasının turistik

ürünlerin bulunduğu yerde değil mevcut ve potansiyel turistlerin bulunduğu yerlerde yoğunlaştırılması vazgeçilmez bir koşuldur.

2. Turistik ürünler bir bilgi ürünüdür. Turistik ürünlerin bulunduğu, verildiği veya işlemlendiği yerlerde tüketilmesinin bir sonucu olarak bu ürünler bilgi ürünleridir. Turistik işletmeler, ürünleri hakkında satılabilirlik, fiyatlar, kalite, kullanım süresi, satın alma koşulları konusunda bilgileri tüketicilere iletme zorundadırlar. Turistik ürünler hakkında bilgi verilmesi bu ürünlerin sunulması kadar önemlidir. Turistik ürünler, hem işleme hem de tüketim sürecinde bir bilgi ürünüdür. Bu bağlamda, turistik ürünü oluşturma ve pazarlamanın tek yolu gerekli bilgilere sahip olmaktır.
3. Turistik ürünlere olan talep yer ve zaman içinde yoğunlaşır. Turistik talep mevsimlik özellik taşır. Örneğin, yaz aylarında turistik çekim yerleri dolup taşarken kış aylarında bu çekim yerleri boş kalır. Bu da turizm talebinin zaman bakımından yoğunlaşmasına neden olur (Rızaoğlu, 2004: 186-187).
4. Turistik ürünler birbirlerini tamamlayan ürünlerdir. Bu özellik turistik ürünün bileşik bir ürün olmasından kaynaklanır. Turistik ürün ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi birçok ürünün bir araya gelmesiyle oluşur. Bir turistin evinden çıkıp kendine göre belirlediği turistik merkeze ulaşmak ve bu ulaşımında kullandığı ulaşım araçları turistik ürünün bir parçasıdır. Aynı zamanda gittiği turizm merkezinde satın aldığı konaklama, yeme-içme, eğlence ürünleri ve evine ulaşana kadar kazandığı deneyimler turistik ürünü oluşturur.
5. Turistik ürün insanlar tarafından üretildiğinden, kalite standardını yakalamak zordur. Çünkü, turistik ürünü üreten insanlar fiziksel ve psikolojik açıdan birbirlerine benzemezler.
6. Turistik ürünün kullanımında müşteri, doğrudan doğruya ürünün üreticisi ile karşı karşıya gelir (İbragimov, 2001: 16).
7. Turistik ürünlerin sadece yararlanma olanağından doğan bir kullanım değerleri vardır. Turistik ürün genel olarak değişik yöreler görmek, dinlenmek, açık hava ve güneşten

yararlanmak, kültürel ufku geliştirmek gibi, temelde gayri maddi tüketime dayalı, kullanım imkanı sağlayan hizmetlerden oluşur.

8. Turistik ürünün talebe göre programlanması mümkündür ancak, tüketildikçe üretilir.
9. Turistik hizmetler makineleşmeye ve otomasyona bağlı olmayıp insanlar tarafından gerçekleştirilirler.
10. Turistik ürünlerin satın alınması birbirlerinden çok farklı nesnel ve öznel yararlaraya dayanır. İnsanların turizm hareketlerine katılımları birbirinden farklı nedenlere dayandığı için turistik ürünü talep edenler de turistik üründen farklı öznel ve nesnel faydalar beklerler. Bu nedenle ülkemizin sunduğu turistik ürünün değişik amaç ve fayda için seyahat eden insanların ihtiyaçlarının önemli bir bölümünü karşılayabilecek vasıflara sahip olması gerekir (Kahveci, 1994: 30).
11. Turistik ürünün arzı sınırlıdır. Doğal ve tarihi turistik kaynakların sınırlılığı, turistik araç ve gereçlerin yatırımlar yoluyla kısa sürede arttırılmasının mümkün olmaması, turizm arz kaynaklarının isteme ve fiyata uyum yapacak şekilde değiştirilememesi gibi nedenler turistik ürünlerin arzını sınırlı kılar (Rızaoğlu, 2004: 186). Bunun yanında talep miktarında meydana gelen değişme ya da girişimci tarafından düşünölen bir proje sonucunda turizm arzını kısa dönemde arttırmak mümkün değildir (Olalı ve Timur, 1988: 56).
12. Turistik ürün çekicilik, yararlılık ve kolay elde edilebilirlik faktörlerinin birleşimidir. Diğer taraftan bazı kaynaklarda bu üç birleşene ek olarak imaj ve fiyat bileşenin de eklendiği görülür (M. Demir ve Ş. Demir, 2004: 94- 95).
13. Mal ve hizmetlerin satın alınması, genellikle insanların yeterli satınalma gücüne sahip olmasına bağlı olduğu halde, turistik ürünün satın alınması yeterli satınalma gücünün yanısıra, yeterli bir boş zamana ve insanın seyahatten zevk alacak yeterli kültür düzeyine sahip olmasına bağlıdır.

14. Turistik ürün, soyut özelliğinin bir sonucu olarak, bir defada tüketilir. Turistik bir üründen doygunluk sağlayamayan bir turiste yeni bir turistik ürün sunmak veya ürünü yenisiyle değiştirmek mümkün olmayabilir (Akgül, 2003: 9-10).
15. Turistik ürünler ikame olanağına fazlasıyla sahip ürünlerdir. Turizme katılma ihtiyacı temel ihtiyaçlardan olmadığından, diğer mal ve hizmetlere olan talep ile turistik ürün talebi arasında rekabet vardır (Baytok, 1998: 6). Bu bağlamda, gerek kültürel ürünlerle gerekse turistik ürünler kendi aralarında birbirlerinin yerine kolayca geçebilirler (Rızaoğlu, 2004: 187).
16. Turistik ürüne olan talep aşırı esnektir. Turistik ürüne olan talep, milli gelir hacmi, kişisel gelir, gelir dağılımı, fiyatlar, ikame olanakları, turizm endüstrisinin nicel ve nitel özelliği, gelenekler, toplumsal çevrenin baskıları, moda, tanıtmanın etkinliği, boş zaman ve insanların kültür düzeyi gibi bir dizi etkenlere karşı son derece duyarlıdır.
17. Turistik ürünü oluşturan hizmetleri genel olarak turist bir araya getirir. Bu nedenle herkese uygun bir turistik ürün meydana getirmek güçtür (Akgül, 2003: 10).
18. Turistik ürün diğer ürünlerden farklı olarak, turistik ürünlerin taklit edilmeleri kolaydır. Bu durum benzer ürünler sunan turistik bölgeler arasında rekabetin oluşmasına neden olur (Baytok, 1998: 6).

1.3. TURİSTİK ÜRÜNÜ OLUŞTURAN FAKTÖRLER

Turistik ürünü oluşturan faktörler; çekim yeri çekicilikleri, çekim yeri kolaylıkları, çekim yerine gidilebilirlik kolaylıkları, çekim yerinin yansıttığı imajlar, turiste uygulanan fiyatlar olmak üzere 5 grupta toplanabilir (Rızaoğlu, 2004: 173).

1.3.1. Çekim Yeri Çekicilikleri

Turistin gideceği yeri, başka bir yere tercih etmesini etkileyen turizm ürünü unsurudur (Kahveci, 1994: 31). Çekim yeri çekicilikleri yer çekiciliği ya da olay çekiciliği şeklinde olabilir. Yer çekiciliği, bir bölgenin sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel varlıkları ile turistler tarafından tercih edilmesidir. Olay çekiciliği ise bir bölgenin coğrafi olarak kendisinin değil de, o bölgede gerçekleştirilen önemli bir olayın turistik talebi harekete geçirmesidir.

Uygulamada her iki çekicilik faktöründen birlikte yararlanmak gerekir. Örneğin, Antalya’da tatil ile bütünleştirilmiş bir kongrenin düzenlenmesi şeklinde olabilir (Baytok, 1998: 5).

Çekim yeri çekicilikleri, çekim yerinin doğal, kültürel ve tarihsel öğeleridir. Bu çekicilikler, geziye katılan insanların seçimlerini belirlemelerinde ve beklenen turistlerin güdülenmesinde etkili olur. Çekim yeri çekicilikleri şu başlıklar altında toplanabilir:

- **Doğal Çekicilikler:** Turistik ürünün çekiciliğini oluşturan ön önemli faktörler doğal çekiciliklerdir. Çünkü, doğal kaynakların çekicilik yönünden yetersiz olması durumunda, sosyo-kültürel faktörlerin, turizm olanaklarının ya da çekim yerinin ulaşılabilirliğinin bir anlamı kalmaz. Doğal çevre, kendine özgü bir değer veya imaja sahip olmadığı takdirde, turistik ilgiyi çekmekte yetersiz kalır. Bu değer, genellikle ortam ile bütünleşerek ortaya çıkar (Akgül, 2003: 11). Doğal çekicilikler; çekim yerinin coğrafi durumu, doğal güzellikleri, iklimi, temiz havası, temiz su kaynakları, temiz denizi, yaz mevsiminde güneş, kış mevsiminde kar olması, hayvan türleri, bitki örtüsü, sebze ve meyve çeşitleri, kaplıca ve şifalı suları örnek olarak verilebilir (İbragimov, 2001: 13).

- **Kültürel Faktörler:** Bu faktör grubunda yer alan özellikler genelde turistik ürün seçiminde etkili olan doğal faktörleri destekleyen unsurlardır (Gökdeniz, 1994: 12). Bu faktörler, kimi zaman tek başlarına da çekicilik unsuru yaratır. Örneğin, Anadolu’da yaşamış eski uygarlıkların kalıntıları, birçok turist için bir çekicilik faktörüdür (Akgül, 2003: 12). Bu faktörlere tarihsel olay kutlamaları, halk oyunları, din, sanat, tiyatro, eğlence ve dinlence etkinlikleri örnek olarak gösterilebilir. Bu çekiciliklerden bazıları özel olaylar, festivaller ve törenler şeklinde sergilenirler (Rızaoğlu, 2004: 174).

- **Toplumsal Çekicilikler:** Yerli nüfusun yaşam biçimi, dili, toplumu oluşturan insanların birbirleriyle karşılaşmalarını sağlayan fırsatlar, meslekler, toplumsal sınıf farklılıkları, toplumu oluşturan alt gruplar toplumsal çekicilik unsurlarıdır (Rızaoğlu, 2004: 174).

- **Yerleşik Tatil Çekicilikleri:** Yerleşik tatil kapsamında turistlere sunulan turistik ürünler, bu gruptaki çekicilikleri oluşturur. Bu çekiciliklere örnek olarak, tatil yerleri, kamp alanları, avcılık ve su sporu olanakları, organize kamp alanları, tatil kompleksleri, festival ve

kutlamalar, kongre ve toplantı yerleri, kumarhaneler, spor kompleksleri, ticari alanlar, bilim ve teknoloji merkezleri, yapay parklar verilebilir (Akgül, 2003: 13).

1.3.2. Çekim Yeri Kolaylıkları

Bu çekicilikler, çekim yerindeki öğeler veya çekim yerine sıkıca bağlı öğelerdir. Çekim yeri kolaylıkları ve hizmetleri turistlerin konaklamasını, eğlenmesini, dinlenmesini ve katılmasını sağlayan çekiciliklerdir (Rızaoğlu, 2004: 174). Çekim yeri kolaylıkları turiste hizmet sunan turizm işletmeleriyle ilgilidir. Turistlerin bir turistik üründen yararlanabilmeleri, ancak turistik ürünün bulunduğu bölgede, tüm ihtiyaçlarını karşılayacak işletmelerin varlığı ile mümkündür. Dünyanın en güzel plajına sahip olursa dahi, çekim yeri turistin konaklama, yeme içme ve diğer ihtiyaçlarını karşılayamıyorsa, bu durum ekonomik açıdan bir anlam ifade etmez (Baytok, 1998: 5). Çekim yeri kolaylıkları ve hizmetleri şu unsurları içerir (Rızaoğlu, 2004: 174):

- **Konaklama Tesisleri:** Oteller, apartmanlar, villalar, kampingler, karavan parklar, moteller, hosteller, kat mülkiyeti oteller, devre mülkler, öğrenci yurtları, diğer sosyal konaklama tesisleri.

- **Yiyecek-İçecek Tesisleri:** Lokantalar, barlar, diskotekler, kafeteryalar, gazinolar, pavyonlar, gece kulüpleri, ayaküstü yeme-içme yerleri.

- **Çekim Yerindeki Ulaşım Kolaylıkları:** Taksiler, tur otobüsleri, toplu taşıma araçları, kiralık otomobiller, kiralık bisikletler, yaylı at arabaları.

- **Spor ve Diğer Oyun Etkinlikleri:** Kayak okulları, denizcilik okulları, golf klupleri, avcılık okulları, futbol oyun yerleri.

- **Perakende Satış Yerleri:** Bakkallar, mağazalar, seyahat acentaları, hediyelik eşya ve hatıra eşya satış yerleri, kamping donatımları.

- **Diğer Kolaylıklar ve Hizmetler:** Dil okulları, eliş kursları, bilgi verme hizmetleri, turizm polisi vb.

1.3.3. Çekim Yerine Girilebilirlik Koşulları

Turistlerin çekim yerlerini seçmelerinde kolaylık, hız ve maliyet etkinliği sağlayan olanak ve kolaylıklardır (Rızaoğlu, 2004: 174). Bu kolaylıklar, turist çekim merkezlerine ulaşımın kolay ve düşük maliyetle ulaşabilme imkanlarıdır. Turist çekiciliği yüksek olan merkezlere ulaşma imkanları sınırlı ise, o merkezlerin düşük maliyetli olmasının bir anlamı kalmaz. Çünkü, insanlar paradan çok zamana ihtiyaç duymakta, zahmet ve fiziksel yorgunluk sebebiyle uzun mesafeli yerlere göre kısa mesafeli yerleri tercih etmektedirler. Örnek olarak, büyük şehirlere yakın turistik merkezlere insanların akın etmesi gösterilebilir. İzmir'e yakın olan Çeşme, Foça, Kuşadası gibi.

Uluslararası turizmde de durum aynıdır. Örneğin, Avrupa ülkelerince Akdeniz kıyılarına yapılan seyahatlerde, Türkiye'ye göre İspanya, İtalya, Portekiz gibi rakip ülkelerin daha çok tercih edilmesi ulaşım açısından daha kolay olduğundan kaynaklanır (İbragimov, 2001: 15).

Bunun yanında bir ürünün ulaşılabilirliği mesafe açısından yakın, maliyet açısından ucuz ise, bu durum pazarlama açısından da avantaj yaratır (Baytok, 1998: 5). Bu kolaylıklar şu şekilde sınıflandırılabilir (Rızaoğlu, 2004: 174):

- **Altyapı:** Havayolları, demiryolları, deniz limanları, kanalizasyon, su, elektrik vb.
- **Donatım:** Kamu taşıma araçlarının dağılımı, hızı ve büyüklüğü, park olanakları, eğlence ve dinlencede kolaylığı sağlayan donatımlar.
- **İşlemsel Etmenler:** Yolların genişliği, yollardan birbirine geçiş kolaylıkları, yoğunlaşmayı önleyen unsurlar, hizmetlerin sıklığı, elverişli fiyatların bulunması, otoparklar, yeşil alan düzenlemeleri, yol işaretleri, toplumsal ilişkiler.
- **Yasal Düzenlemeler:** Yasal denetimlerin dağılımı, cezalandırma sistemleri, nedenleri ve önlemlerinin alınabilirliği, yasal işlemlerdeki formaliteler.

1.3.4. Çekim Yerinin İmajları

Turistik ürünün tamamlayıcı özelliklerden bir diğeri de gidilecek yörenin bölgesel, ulusal ve uluslararası platformdaki imajıdır. Burada, tüketicinin kişisel tercihleri ön plana çıkar (Gökdeniz, 1994: 11).

Çekim yeri imajları sadece deneyim veya gerçeklerle değil aynı zamanda gezi ve turizmdeki kuvvetli güdüleyicilerden oluşur. İmajlar ve gezi deneyimlerindeki beklentiler potansiyel tüketicilerin kafalarında oluşan durumlara oldukça bağlıdır. Karadeniz bölgesini ziyaret etmeyen bir Amerikalı veya Avrupalı insanın kafasında çekim yerinin sağladığı zihinsel manzara veya deneyim imajı oluşmaz, kitle iletişim araçları ve söylentilerle çekim yeri imajı geliştirilebilir. Fakat, bu imaj potansiyel turistlerin kafasında önceden oluşan imajlara uymayabilir. Tüketiciler böylece kararsızlığa itilebilir. Her çekim yerinin belli bir imajı veya imajları vardır. Ancak bu imajlar mevcut ve şimdiki olaylardan daha çok tarihsel olaylara bağlıdır. Çekim yeri pazarlamasının asıl amacı potansiyel turistlerin beklentilerini etkilemek için imajlar geliştirmek, imajları değiştirmek veya imajları sürekli kılmak olmalıdır. Çekim yerindeki turizm işletmelerinin imajları çekim yerinin imajı ile oldukça yakından ilişkilidir (Rızaoğlu, 2004: 174-175).

1.3.5. Çekim Yerinde Uygulanan Fiyatlar

Bir çekim yerinin ziyaret edilmesi için bir ücret ödenir. Bu ücret, gezi, geceleme ve mevcut çekiciliklerden seçilmiş olanların katılma maliyetlerinden oluşan bir toplamdır. Çoğu çekim yerleri birçok ürün sunduklarından ve bu ürünleri belli bölümlere yöneldiğinden turizm endüstrisinde fiyatlar geniş bir çeşitlilik gösterir. Turizm endüstrisinde fiyatlar; mevsimlere, sunulan etkinlik çeşitlerine, uluslararası döviz kurlarına, yolculuk yapılan uzaklığa, taşıma araçları ve biçimine, kolaylıkların ve hizmetlerin kalitesine, turistik tesislerin tiplerine göre değişir (Rızaoğlu, 2004: 175).

1.4. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ

Son yıllarda teknoloji, siyasal ve ekonomi alanda yaşanan gelişmelere bağlı olarak turizm, alışlagelmiş anlamından farklı bir anlam kazanarak dinlenme, eğlenme ve boş zaman değerlendirme ile bütünleşen bir olgu olarak kabul görmeye başlamıştır. Yaşanan bu gelişmeler paralel olarak turist profili değişikliğe uğramış, turizmin önemini fark eden ülkeler

turizmden daha fazla pay elde etmek için rekabet içerisinde girmişlerdir. Değişen turist profili ve seyahat eğilimlerine bağlı olarak ülkeler, uluslararası talep yapısındaki değişiklikleri ve yenilikleri iyi analiz ederek rekabet stratejilerini bu değişime göre şekillendirmeleri gerekir. Bu durum turistik ürün çeşitlendirmesini zorunlu kılmaktadır.

1.4.1. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kavramı

Turistik ürün çeşitlendirmesi, işletmelerin ve ülkelerin pazar paylarını korumak veya geliştirmek amacıyla, direkt çekim gücü yaratacak yeni ürünler üreterek yeni pazarlara girerek büyümeyi ifade eder (Akgül, 2003; 27). Diğer bir ifadeyle, turistik ürün çeşitlendirme, doğrudan çekim gücü yaratacak yeni ürünler üreterek, yeni pazarlara girerek büyümek ve genişlemektir (İbragimov, 2001: 18).

Turistik ürün çeşitlendirme, mikro düzeyde (işletmeler) ve makro düzeyde (ülkesel) olabilir. Turistik ürün çeşitlendirmesi mikro düzeyde; turistik işletmeler, çeşitlendirme kapsamında sunmuş oldukları ürünlerin yanında turistik talebi harekete geçiren yeni ürünler oluşturmaya çalışırlar. İşletmeler genellikle pazarlarını genişletmek, yeni pazarlara girmek, pazardaki belirsizliğin yol açtığı riski dağıtmak ve aynı ürünü üreten işletmelere karşı rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla çeşitlendirmeye giderler (Rızaoğlu, 2004: 190). Turistik ürün çeşitlendirmesi makro düzeyde ise mikro düzeyden daha farklı amaçlar taşır. Sosyal bir kurum olan devlet, herhangi bir girişimde bulunurken, olayın sadece ekonomik boyutu değil, sosyal boyutu ile de ilgilenmek zorundadır. Bir ülke için dünya turizmi piyasasındaki pazar payını genişleterek turizm gelirlerini arttırmak, ürün çeşitlendirmesinin en önemli nedenidir. Bunun yanında atıl durumdaki kaynakların kullanımlarını etkin hale getirmek ve turizmin yararlarının bölgeler arasında dengeli dağılımını sağlamak da devlet için önemlidir (Baytok, 1998: 7-8).

Her yörenin, bölgenin veya ülkenin sahip olduğu potansiyel turistik arz verilerine göre, turistik ürünlerinde de çeşitlilik gösterir. Kendi başına turist çekebilen her ürün bir turistik ürün çeşididir. Bu ürün çeşidi turizm türünü de belirler (İbragimov, 2001: 19). Turizmin kullandığı alanların çok çeşitli olması, turistik üründe de çeşitlilik yaratılması gerekliliğini de ortaya koyar. Turistik ürün çeşitlendirmesi, öncelikle arz kaynaklarına bağlıdır. Turistik ürün çeşitleri ülkelerin/bölgelerin sahip olduğu altyapı, üstyapı olanakları ve tamamlayıcı hizmetler ile doğal, kültürel ve toplumsal kaynakların farklılığına bağlı olarak değişir. Bazı bölgeler

birden fazla turistik arz kaynaklarına sahiptir. Bu bölgelerde birbirini destekleyecek şekilde turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak kısıtlı arz kaynaklarına sahip olan bölgelere göre daha yararlı olabilir (M. Demir ve Ş. Demir, 2004: 95).

Turizmden daha fazla kazanç elde etmek, uluslararası turizm pazarı içerisinde iyi bir yer almak isteyen ülkeler turizm olayını tüm yıla yaymak zorundadırlar. Bunun için de turizmin çeşitlendirilmesi gerekir. Turistik ürün çeşitlendirmesi ile turistlere yani turistik talebe, yeni imkanlar sunularak sadece belirli turistik merkezlere olan yoğunluk hafifletilmiş olur. Bu durum kıyı turizminde olan taşıma kapasitesi aşan yoğunluğu ortadan kaldırır. Turistik ürün çeşitlendirme sayesinde mekansal yoğunluğun azaltılması yanında zaman yoğunluğu da ortadan kaldırılır. Bu sayede turizm, yılın yaz aylarında ya da belli dönemlerde yapılan bir hareketin dışına çıkar. Yıl boyu turizm yapılması arz ve talep çeşitliliği yaratır, satış ve pazarlama olanaklarını, dolayısı ile döviz girdilerini artırır ve yıl boyu istihdam olanağı sağlar (Çetin, 2001: 23).

Turistik ürünün çekim gücü yaratması turistik tüketicilerin o ürünü diğer ürünlere göre tercih etmesi sağlayan unsurlardır ve söz konusu ürünün ikame edilebilir ürünlerden farklılığını ifade eder. Bir turistik ürünün çekim gücü yaratabilmesi için onun yalnızca bugünkü turistik talebin gereksinimlerini karşılıyor olması yeterli değil, aynı zamanda bu gücünü gelecekte de en azından uzunca bir süre sürdürebilmesini gerektirir (İbragimov, 2001: 18).

1.4.2. Turistik Ürün Çeşitlendirmesinin Gerekçeleri

Günümüzde bireylerin harcanabilir gelirlerindeki artışla birlikte, artan rekabet ve farklı ürünlerin farklı fiyatlarla piyasaya sürülmesiyle turistik ürünlere olan talepte de artış yaşanmaktadır. Ancak talepteki artışla beraber arzda da büyük oranda artış görülmektedir. Birer turizm ürünü olarak dünyanın farklı bölgelerindeki ve farklı büyüklükteki çekim yerleri ziyaretçi, yatırım, kredibilite gibi alanlarda birbirleriyle kıyasıya rekabet halindedirler. Öte yandan tüketiciler ise birçok yörenin birbirinden çekici mesajlarına hedef olur ve çok fazla seçenekle karşı karşıya kalırlar. Bu yüzden turistik çekim yerleri popülerliklerini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıyadırlar. Tüm turistik ürünler gibi turistik yörelerin de yaşam döngüleri vardır. Her turistik ürün oluşma, gelişme, olgunluk ve gerileme dönemleri yaşar. Bu döngünün mümkün olduğunca uzun sürmesini sağlamak, ancak ortaya konan yeni ürünlerle

mümkün olur. Bu durum turistik ürün çeşitlendirmesini zorunlu kılar (Türemez ve Kapaklıoğlu, 2007: 2-3). Turistik ürün çeşitlendirmenin gerekçeleri şu başlıklar altında toplanabilir;

1.4.2.1. Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Değişmeler: Turizm, dünyada 1950’li yıllardan başlayarak kitlesel bir hareket haline gelmiştir. 1970’li yıllardan sonra kişisel gelirlerin artması, refah düzeyinin yükselmesi, boş zamanlardaki artış, tatil düşüncesinin yaygınlaşması, kitle haberleşme araçlarının çoğalması, ulaştırma, konaklama ve seyahatlerde yaşanan kolaylıklar turizme katılanların sayısını arttırmıştır. 1970’li yıllarda jumbo jetlerin toplu taşımacılıkta kullanılmaya başlanmasıyla 1970-1985 yılları arasında taşınan yolcu sayısı ikiye katlanmıştır. 1978 yılında Amerika’da hava taşımacılığına olan talepte hızlı artışa sebep olmuştur. Artış genellikle turizm amaçlı seyahatlerde görülmüştür (Baytok, 1998: 10).

Türkiye’nin de içinde yer aldığı Avrupa Bölgesi, dünyada en çok turist alan bölgedir. 1997 yılında uluslararası turizm hareketine katılan toplam 613 milyon kişinin %59’u Avrupa Bölgesini ziyaret etmiştir. 1997 yılında yine Dünya genelinde elde edilen 444 milyar \$ turizm gelirinin %49.3’ünü Avrupa Bölgesi almıştır (Tunç ve Saç, 1998: 100-102). Türkiye, 2000 ve 2001 yıllarında dünyada en çok turizm geliri elde eden ilk 15 ülke içinde 11. sırada yer almıştır. 2005 yılında 20,30 milyon turist ile 10 ülkeden 9. sırada, 18,20 Milyar \$ ile Dünya’da 8. sırada yer almıştır. 2005 yılında Dünya’daki ziyaretçi sayısı 808 milyona, turizm gelirleri ise 682 milyar \$’a ulaşmıştır (kültür, 2008). Türkiye’nin 2020 yılında %7,8’lik pazar payı ile Fransa, İspanya ve İtalya’dan sonra dördüncü büyük turistik çekim yeri olacağı ileri sürülmektedir (Emekli, İbrahimov ve Soykan, 2006: 15).

Uluslararası turizme katılan turist sayılarında, 2001 yılındaki 11 Eylül saldırıları ve sonrasında yaşanan gelişmeler, 2003 yılında SARS (Ağır Akut Solunum Yolu Yetersizliği Sendromu) virüsü, 2003 yılında ABD (Amerika Birleşik Devletleri) ve müttefiklerinin Afganistan ve Irak’a saldırısı sonrasında bu ülke vatandaşlarına yönelik tehditlerin artması ve 2005 yılında Kuş Gribi’nin etkisiyle az da olsa bir azalma görülmüştür. Genel olarak turist sayılarındaki azalmadan çok, turizm talebinin yönünde önemli değişiklikler olmuştur. Yine ulaştırma araçlarının hız ve kapasitenin artmasıyla yeni turistik çekim yerleri ortaya çıkmış turistlerin tercihleri ve ihtiyaçlarının değişmesiyle mevcut turist tipi de değişmiştir. Turist tercihlerinde yenilik ve çeşitlilik talebinin artması, konfor ve macera ağırlıklı eğilimlerin

ağırlık kazanması, ürün geliştirmede ise deniz-kum-güneş temel unsurlarının yerine heyecan, eğlence ve eğitimin alması beklenmektedir (Sarkım, 2007: 167-168).

Dünya Turizm Örgütü tarafından dünya turizmindeki gelişmelerin değerlendirilmesi ve uluslararası turist sayılarının uzun dönemli tahminlerinin elde edilmesi amacıyla yapılan Turizm-Vizyon 2020 adlı çalışmada 1995 yılı baz alınarak 2010 ve 2020 yılları uluslararası turist sayıları için tahminler yapılmıştır. Turizm-Vizyon 2020'ye göre bölgelere göre uluslararası turist sayıları ve pazar payları Tablo-1.1.'de görüldüğü şekilde tahmin edilmiştir.

Tablo.1.1. Bölgelere Göre Uluslararası Turist Sayıları ve Pazar Payı Tahmini (2010-2020)

	Baz Yılı Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Tahminlenen Turist Sayısı (Milyon Kişi)		Ortalama Yıllık Büyüme Oranı (%)	Bölgelerin Pazar Payı (%)	
	1995	2010	2020	1995-2020	1995	2020
Dünya	565,4	1006,4	1561,1	4,1	100	100
Afrika	20,2	47	77,3	5,5	3,6	5
Amerika	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Doğu Asya ve Pasifik	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Avrupa	338,4	527,3	717	3	59,8	45,9
Orta Doğu	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
Güney Asya	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2
Bölgelerarası (a)	464,1	790,9	1183,3	3,8	82,1	75,8
Uzun Mesafe (b)	101,3	215,5	377,9	5,4	17,9	24,2

Kaynak: World Tourism Organisation (02.03.2009) *Bölgeler Arası Uluslararası Turist Sayıları ve Pazar Payı* Tahmini, <http://www.tpdco.org/>

(a) Genel anlamda yakın bölgeler arası turist varışları

(b) Yakın bölgeler arası turist varışları dışındaki uzun mesafeli turist varışları

Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan tahminlere göre 2020 yılına kadar uluslararası turizme katılan insan sayısının 1,56 milyar sayısına ulaşacağı düşünülmektedir. 2020 yılına kadar ulaşılacak istenen bu rakamın 1,18 milyarı kıta içi ülkeler arasında, 0,38 milyarı kıtalar arası ülkeler arasında yapılması düşünülmektedir. Yine yapılan tahminlere göre turistlerin en fazla ziyaret edecekleri ilk üç bölge Avrupa (717 Milyon Turist), Doğu Asya ve Pasifik (397 Milyon Turist) ve Amerika (282 Milyon Turist) dir. Bu üç bölgeyi Afrika, Orta Doğu ve Güney Asya izlemektedir.

Dünya genelinde bölgelerarası uzun mesafeli seyahat, 1995-2020 yılları arasında ortalama yıllık %5,4 büyüme ile bölge içi ülkeler arasında yapılan seyahatlerin ortalama yıllık büyüme oranına (%3,8) oranla daha fazla artış beklenmektedir. Uzun mesafeli destinasyonlara gidilebilmesi ile Avrupa ve Amerika kıtalarının payı azalırken Asya-Pasifik ve Orta Doğu'nun payının artması beklenmektedir. Ayrıca değişen turist profili ile birlikte turistik talepte farklı ürünler, farklı turistik çekim yerleri de turizm faaliyetlerine katılma eğilimindedir (Sarkım, 2007: 169).

1.4.2.2. Turist Profiline Değişimi ve Turizmde Son Eğilimler: Orta çağdan İkinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde daha çok zenginlerin, aristokratların ve üst düzey bürokratların katıldığı bir faaliyet olan turizm, günümüzde toplumun hemen hemen her kesiminin katılabildiği bir faaliyet haline gelmiştir. Yani bu dönemde bireysel turizmden kitle turizmine doğru bir yöneliş olmuş, özellikle paket turlar, charter seferleri gibi kolaylıklar kitle turizmini geliştirmiştir. Turist kabul eden çekim yerlerinde de kitle turizmini geliştirmeye yönelik politikaların uygulanması ile uluslararası turizme katılan kişi sayısı artmış, kısa vadede yüksek karlar elde edilmiştir (Sarkım, 2008: 7). Ancak günümüzde küreselleşme ile birlikte tüketici tipleri ve tüketim kalıpları da değişikliğe uğramıştır. Bu nedenle ülkeler, turizm politikaları yeniden gözden geçirmelidirler. Uluslararası talep yapısındaki değişiklikleri ve yenilikleri iyi analiz ederek, rekabet stratejilerini bu değişime göre şekillendirebilen çekim yerleri daha avantajlı duruma gelebileceklerdir (Emekli, İbrahimov ve Soykan, 2006: 15).

Dünya Turizm Örgütü'nün önümüzdeki 20 yıla ait temel eğilimler ve turist profiline ilişkin saptamalarına göre; deneyimli gezgin sayısının artacağı, ürün geliştirmede deniz-kum güneş üçlüsünün yerini heyecan-eğlence-eğitim üçlüsü alacağı, insan ömrünün uzamasına bağlı olarak tatile daha fazla zaman ayrılacağı, bekar ve çocuksuz çiftlerin tatile daha fazla zaman ve kaynak ayıracağı, Asyalı turistlerin turizm işletmecilerinin gözdesi haline geleceği, yıl içerisinde seyahat sayısının ve uzun mesafeli seyahatlerin artacağı, sürdürülebilir turizmle ilgili kampanyaların artacağı, destinasyonların “moda” unsuru gibi anlaşılabileceği ve turizmde rekabet, teknolojik yenilik, hizmet kalitesi, tüketici bilinci gibi kavramların önem kazanarak turizm sektörünün sürekli kendini yenilemesine neden olacağı tahmin edilmektedir (Emekli, İbrahimov ve Soykan, 2006: 15);

Dünya Turizm Örgütü'nün açıklamış olduğu yeni turist profili “*bağımsız, deneyimli, teknolojiye uyumlu, kaliteli ürün ve kaliteli hizmet bekleyen, daha aktif, diğer kültürleri tanımaya açık, yıl içinde daha sık tatil talep eden, çevreye ve kültüre duyarlı*” dır (Emekli, İbrahimov, ve Soykan, 2006, 15). Dünya turizminde 2000-2020 döneminde, yeni turist profili paralelinde en önemli pazar birleşenleri; kum-deniz-güneş, su ve kış sporları, macera, doğa turizmi, kültür turizmi, kent turizmi, kırsal turizm, seyahat gemileri, temalı parklar, kongreler ve sağlık turizmi olacaktır (Emekli, İbrahimov, ve Soykan, 2006, 15). Bunun yanında günümüzde hala en önemli turizm çeşidi olarak devam eden kitle turizmi yanında, bireysel turizme doğru bir eğilim olacaktır (Sarkım, 2008: 7).

1.4.2.3. Rekabet: Turizm sektörünün sağlamış olduğu faydaların farkına varılması, bu sektörün yarattığı avantajlardan en fazla payı almak isteyen ülkeler arasında kıyasıya bir rekabetin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu rekabetten daha fazla pay almak isteyen ülke ya da bölgeler kısa vadeli yüksek karların cazibesine kapılıp plansız ve programsız bir şekilde turizmi geliştirme ve turist sayısını arttırma çabasına girmişlerdir. Ev sahibi ülkelerin turist sayısını arttırmaya yönelik politikaları sonucu diğer turizm çeşitlerine oranla kitle turizmi, çok daha hızlı gelişmiştir (Sarkım, 2007: 81). Türkiye’de dahil olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde, kitlesel özellik gösteren tatil turizminin yaygın biçimde tercih edilmesi, deniz, güneş ve kum dışındaki diğer doğal, kültürel ve arkeolojik değerlerin yeterince değerlendirilmemesine neden olmuş, bu durum turizm pazarında yüksek rekabete yol açarak benzer ürünlerin sunumundan kaynaklanan pazar kaybetme riski ortaya çıkmıştır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 3).

1.4.2.4. Teknoloji: Bilgi yoğun bir endüstri olan turizm sektöründe, bilgi ve iletişim teknolojileri, turistik ürünlerin tanımlanması, tanıtımı, dağıtımı, bir araya getirilmesi, düzenlenmesi ve tüketiciye sunulmasında bilginin oynadığı önemli role bağlı olarak sürdürülebilir rekabet avantajının ana kaynağı ve stratejik bir araçtır (Ö. D. Yılmaz ve B. S. Yılmaz, 2009). Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin işletmelere sağladığı faydalar nedeniyle, gün geçtikçe otel işletmeleri de bu nimetten yararlanmak için internet aracılığıyla pazarlamaya yönelmişlerdir. İnternet üzerinden yapılacak tanıtımlar, daha fazla tüketiciye ulaşma imkanını sağlamaktadır. Turizm işletmelerinin kendi web sitelerini hazırlamaları, tüketicilerin işletme hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasına, ne gibi olanaklar bulunduğunu görmesine ve diğer işletmelerle karşılaştırmalar yapabilmelerine olanak tanır. Ayrıca, web

siteleri üzerinden rezervasyon imkanını sunan işletmeler, zaman tasarrufuna önem veren tüketiciler için oldukça avantajlı durumdadırlar (Akdoğan ve Şahin, 2009).

Turizmle ilgili olarak bilişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerden biri CRS (computerised reservation systems) denilen bilgisayarlı rezervasyon sistemleridir. CRS'ler; bir turizm organizasyonunun verilerini yönetmesini ve bunları dağıtım kanalı ortaklarıyla paylaşmasını sağlayan bir veritabanıdır. CRS'ler; tüketicilerin çekim yerleri, tur paketleri, seyahat ve konaklama hizmetleri veren işletme seçenekleri arasında karşılaştırma olanağı sunarak, müşteri tatminini sağlar (Akdoğan ve Şahin, 2009). CRS'ten sonra global dağıtım sistemleri (GDS) geliştirilmiştir. Bu gelişmelerle birlikte tüketici hakları, havayolu hizmetlerinin geleneksel dağıtım kanalları üzerinden doğrudan satışı, bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinin rekabet koşullarını değiştirmesi ile ortaya çıkan rekabet üstünlüğü gibi yeni konuları gündeme getirmiştir. Avrupa'da ulusal ölçekte kullanılmaya başlanan elektronik iletişim sistemleri (İngiltere'de Prestel ve Fransa'da Minitel), turizm endüstrisi açısından önemli gelişmelerdir (Ö. D. Yılmaz ve B. S. Yılmaz, 2009). Turizm endüstrisindeki en son bilişim teknolojileri yeniliklerinden biri de, çekim yerlerine yönelik sistemlerin (destination-oriented systems) geliştirilmesidir. Destinasyonların turizm endüstrisi açısından önemi dikkate alındığında, destinasyon yönetim sistemlerinin (Destinasyon Yönetim Sistemleri-Destination Management Systems-DMS) yararları da açığa çıkmış olacaktır (Akdoğan ve Şahin, 2009).

Türkiye geneli için de, turizm işletmelerinde internetin kullanımı üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan birine göre; çalışmaya katılan konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğunun (%84) web sitesi vardır, seyahat acentalarında ise bu oran (%15) oldukça düşüktür. Web sitesi üzerinden rezervasyon hizmeti verme oranlarına bakıldığında ise; konaklama işletmelerinin %84,2'sinin, seyahat işletmelerinin %54,3'ünün bu hizmeti verdiği görülmektedir. Dünyada turizm sektöründe bilişim teknolojilerinden yararlanma oranlarına bakıldığında, uzmanların tahminlerine göre internet kullananların %10'u interneti, alışveriş, banka işlemleri, seyahat gibi işlemler için kullanmaktadırlar (Akdoğan ve Şahin, 2009).

1.4.2.5. İmaj Değiştirme İsteği: İmaj değişikliği, yeni pazarlara girebilmek için gerek ürün; gerekse ülke imajının yenilenmesidir (Akgül, 2003: 33). Turizm pazarında iyi bir yer almak için, turistlerin kafasında farklı bir destinasyon görüntüsünün oluşturulması gerekir.

Eğer sunulan turistik ürün rakiplerinkinden farklı ve çeşitli değilse, turistlerin o ürün hakkındaki karar verme süreçleri iyice azalır. Etkili bir turistik ürün geliştiremeyen turistik çekim yeri, müşteri ihtiyaçlarını görmekten uzak, hedefin dışında ve rakiplerinin gerisinde kalmış demektir. Günümüzde turistler daha çok, farklı olarak algıladıkları ve kendilerine ilginç gelen ürünlere ilgi gösterirler (Tosun, Bilim ve Temizkan, 2002: 3).

Turizm sektöründe uygulanan yanlış politikalar, turizm mahallinde ucuz ve kusurlu ürün imajı yaratılmasına neden olur (Akgül, 2003: 33). Türkiye ve Dünya’da birçok ülkenin kıyı turizmi ve bilinen klasik turizm çeşitleri üzerinde yoğunlaşması nedeniyle doğal çevre büyük zarar görmüş ve ortaya çıkan turistik yoğunluk ancak kısa bir süre devam etmiştir. Fakat, çevreye ve turistik imaja olan olumsuz etki büyük olmuştur (Tosun, Bilim ve Temizkan, 2002: 3). Gerek ülkemizin gerekse diğer ülkelerin turizmin gelişmesi dolayısıyla çevreye verdiği zarar imajının çevreyi koruyarak uygulanabilen sürdürülebilirlik çerçevesinde yeni turistik ürünler sunması gerekir. Kalite açısından ülkemizde en büyük sorunlarından olan düşük kalite imajını yıkmak için farklı pazar dilimlerine kaliteli ürünler sunmak amacıyla ürün çeşitlendirme yoluna gidilmesi gerekir.

1.4.2.6. Üretim ve Pazarlama Olanaklarının Geliştirilmesi: Üretim olanaklarının geliştirilmesi, atıl kapasitenin harekete geçirilmesi veya yeni oluşan üretim fırsatlarından yararlanılma şeklinde olur. Turizm alanında potansiyel olarak var olan kaynakların, zamanla gerekli yatırımların gerçekleştirilmesi ile kullanılabilir kaynaklar şekline dönüştürülmesi; bu kaynakların niteliğine uygun yeni ürünler geliştirilmesi ile gündeme getirilebilir. Pazarlama olanaklarının geliştirilmesi ise benzer ya da farklı beklentiler içinde olan, henüz yeterince yararlanılamayan turist pazarlarına ulaşma olanağının artırılmasıdır (Akgül, 2003: 32).

Günümüzde, ülkeler arasındaki rekabetin artması, sosyal eğilimlerdeki değişimler, nüfusun yaşlanması, maddi yönden zenginliğin artmasına karşın boş zamanın sınırlı kalması, daha küçük aileler, çevreye olan ilginin artması, yeni bilgi teknolojilerinin gelişmesi ve hareketliliğin artması turistik ürünlerde çeşitlendirmeyi gerekli kılmaktadır. Özellikle günümüzde yeni teknolojilerin ulaşım, kitle iletişim ve hayatın tüm alanlarında kullanımının yaygınlaşması tüketici tipini ve tüketim kalıplarını da değiştirmektedir (Sarkım, 2008: 7). Bu bağlamda artık klasik turizm alanları yeni dünya şartlarını karşılayamaz hale gelmiş ve kapasitesini doldurmuş durumdadır. Bu nedenle yeni turistik ürünler oluşturma

dahilinde üretim ve piyasa olanaklarının geliştirilmesi, turistik çekim yerlerinin en önemli politikası haline gelmiştir (N. Kozak vd., 2001: 35).

1.5. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME SÜRECİ

Turistik ürün çeşitlendirme politikasının belirlenmesi ve uygulanması sürecinde ilk olarak ülkenin hangi bölgesinin ne düzeyde olduğunun ve hangi turistik ürünlerin gelişme potansiyeline sahip olduğunun belirlenmesi amacıyla fiziksel kaynakların envanteri çıkartılarak, bölgelerin turizm potansiyellerinin belirlenmesi çalışmaları yapılır (Akgül, 2003: 34).

Turistik ürün çeşitlendirmede çevresel etkenler daha etkili olurlar (Rızaoğlu, 2004; 190). Bu bağlamda turistik ürün çeşitlendirmede ikinci aşama olarak turistik bölgelerin belirlenmesi amacıyla bölgelerin turistik arz verileri, turizm talebi ve turistik ürünün gelişimini engelleyen çevresel faktörlerin analizi yapılmalıdır.

Turistik ürün çeşitlendirmenin üçüncü aşamasında, turistik ürün çeşitlendirme politikasının belirlenmesi ve buna bağlı olarak turistik merkezlerinin seçilmesi ve değerlendirilmesi, turistlere ve merkezlere olan maliyet ve faydaların belirlenmesi gerçekleştirilir (Akgül, 2003: 34). Bir turistik çekim yerinde yeni bir ürün geliştirirken esas ürün olan çekim yerinin imajına zarar vermeyecek, verilmek istenen mesajla örtüşen ürünler yaratılmalıdır. Güçlü ve anlamlı bir imaj yaratılabilmesi için sürekli ilgi, istikrar ve inanç gereklidir. Böyle bir ürün rakipler tarafından kopyalanması çok zor olacağından çekim yeri için önemli bir avantaj yaratılır (Türemez ve Kapaklıoğlu, 2007: 6-7).

Bir sonraki aşama da yapılan analizlerden elde edilen verilere dayanarak, alternatifler değerlendirilerek gelişme olanağına sahip turistik ürünler belirlenir (Akgül ve Ege, 2003: 34). Yeni bir ürün ortaya çıkarırken ürünü neyle tanınacağına, rakip ürünlerden nasıl bir farklılık getireceğine, hedef kitlenin zihninde bu yeni ürünler nasıl bir algılama yaratılacağına, yaratılan yeni ürünün ana ürün olan çekim yerinin imajıyla örtüşüp örtüşmeyeceğine dikkat edilmelidir. Çekim yerinin imajıyla örtüşmeyen bir yeni ürünün başarıyı yakalamasının aksine temel ürün olan çekim yerinin imajına zarar vermesi söz konusudur. Günümüzde turistler, yeni tecrübeler, değişim ve zevk arayışındadırlar ve davranışları ile bu üç formun bileşkesini sergilerler. Bu bağlamda yaratılacak yeni ürünün, bireyin katılımına olanak sağlamalı ve

yaratıcılığını geliştirmelidir. Aynı zamanda oluşturulacak yeni ürünün hedef kitlesi olacak bireyleri sıradan hissettirmeyecek, kendilerini özel ve farklı hissedecekleri ürünleri sunmak gerekir. Sıradan yaşamından uzaklaşıp, tatil süresince özel, farklı ve sıra dışı bir yaşamı tecrübe olanağı verilmelidir (Türemez ve Kapaklıoğlu, 2007: 7). Seçilen turistik ürünün şu amaçları gerçekleştirmesi gerekir (Baytok, 1998: 19):

- Geliştirilmesi planlanan ürün, talepteki değişmeye cevap verebilecek nitelikte olmalıdır.
- İstihdam artışı sağlanmalıdır.
- Yeni bölgelerin turizme kazandırılması sağlanmalıdır.
- Yüksek potansiyele sahip olmalıdır.
- Turizmde yaşanan yapısal sorunlara çözümler getirebilmelidir.
- Rakip ülkelerin turistik ürünleri ile rekabet edebilecek güce sahip olmalıdır.

Turistik ürün çeşitlendirmenin son aşamasında turistik ürün politikası belirlenir. Bu aşamada bütün alternatifler değerlendirildiğinden, seçilen alternatif fayda ve maliyetlerin belirlendiğinden emin olunmalıdır (Akgül ve Ege, 2003: 34).

1.6. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİNDE UYGULANABİLECEK POLİTİKALAR

Turistik ürün çeşitlendirme politikası, ülkenin turizmden sağlayacağı ekonomik gelirlerin ve sosyal faydaların önemli ölçüde belirleyicisidirler. Uluslararası turizm pazarında ortaya konulan başarılı turistik ürünler turizm talebinin yönünü önemli ölçüde etkiler. Turistik ürün ne kadar çekici ise elde edilen getiri de o kadar yüksektir (Çetin, 2001: 23).

Seçilecek turistik ürün politikalarının mümkün olduğunca geniş tüketici kitlelerini çekecek ve bu niteliğini uzun süre sürdürebilecek kriterlere dayandırılması gerekir. Çünkü, turistik ürün çeşitlendirme aynı zamanda yeni bir turistik istasyon, merkez veya bölge yaratmak anlamına gelir. Böyle bir girişim, gerek insan kaynakları, gerek finansman açısından çok büyük yatırımları ve potansiyel turistik kaynakların optimal kullanımını gerektirir (Ulu vd, 1999: 89).

Turistik ürün çeşitlendirilmesinde uygulanabilecek belli başlı alternatif turizm çeşitlerine gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi, yayla turizmi, golf turizmi, inanç turizmi, sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, mağara turizmi, kongre turizmi, av turizmi, kırsal turizm, akarsu turizmi, kültür turizmi, yat turizmi, botanik turizmi, eko-turizm, spor turizmi gibi örnekler verilebilir.

1.6.1. Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi; 15-25 yaş arasında bulunan gençlerin, kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanarak bireysel veya grup halinde ülke içinde ya da dışında kültür ve dinlenme motifleri ile yaptıkları seyahat ve konaklamalardan oluşan ekonomik, sosyal ve kültürel bir olaydır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 9). Diğer bir tanımlamaya göre gençlik turizmi, dünyayı tanımak ve görmek isteyen, maddi olanakları kısıtlı genç nüfusun, yalnız başlarına veya aynı yaş grubuna ait bireyler ile kendilerine sunulan konaklama, ulaşım ve diğer hizmet olanaklarını değerlendirerek (gençlik kampları, izci kampları gibi), değişik ülkeleri ziyaret etmeleridir (Koroğlu ve Güleç, 2008: 41-42).

Gençlik turizmi, klasik anlamdaki turizm hareketlerinden farklı bir yere sahiptir. Bu hem yaşlar arasındaki farklarla ifade edildiği gibi, hem de yaşa bağlı olarak ilgi alanlarının ve beklentilerinin farklılaşmasıyla ilgilidir. Gençlerin tatil tercihlerinde konaklama, yeme-içme ve ulaşım da ekonomik tercihte bulunmaları diğer segmentlere göre önemli bir yapısal farklılık gösterir. Gençlik turizminde ifade edilen yaş ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte, ağırlıklı olarak 15-25 aralığıdır. Gençlik turizmi, öğrenciler, sırt çantalılar, gönüllü ya da çalışarak tatil yapanlar, dil öğrenimi için seyahat edenler, kültürel değişim programına katılanlar gibi gruplara ayrılırlar. Uluslararası seyahatlerin %20-25'ini genç/öğrenci profili oluşturmaktadır. Gençlik seyahatlerinde %56 ile en fazla Avrupa tercih edilmekte ikinci olarak Kuzey Amerika %16 oranla gençlik turizm açısından tercih edilen ülkedir. Sırt çantalılar olarak tabir edilen gruplar daha çok Tayland, Yeni Zelanda, Avustralya, Estonya ve Hindistan'ı tercih ederler. Gençlik turizminde kişiler konaklamalarında %61,5 ile hostelleri tercih ederler. Bunu sırasıyla oteller ve arkadaş-aile yanında kalma takip eder (Koroğlu ve Güleç, 2008: 51-52).

1.6.2. Üçüncü Yaş Turizmi

İnsan hayatında üçüncü dönem sayılan ve değişik kaynaklara ve ülkelere göre 50-60-65 ve üzerinde yaşlara sahip olan insanların gerçekleştirdikleri turizm etkinliklerine üçüncü yaş turizmi denir. Özellikle gelişmiş ülkelerde, sağlık koşullarının iyileşmesi ile birlikte insan ömrü uzamış ve bunun sonucunda 65 ve daha yukarı yaş grubunda yer alan bireylerin toplam nüfus içerisindeki oranları yükselmiştir. Gelir ve boş zamanın üçüncü yaş grubundaki insanlarda bulunması ile özellikle gelişmekte olan ülkelerde bu turizm türü gelişmiştir (Boz, 2004: 94).

Üçüncü yaş turizmine katılan turistler genellikle yaşlarının ilişkilerine yansımından memnun olmazlar. Bu bağlamda yaşlılara yönelik pazarlanan aktiviteleri katılmak ve bu şekilde satılan turistik ürünleri satın almak istemezler. Ekonomik açıdan üçüncü yaş grubu ülkelere göre farklılıklar çıkabilmekle birlikte gelişmiş ülkelerde yaşayanlar genellikle ekonomik açıdan özgür olmakta, emeklilik, sosyal güvenceler ve teşviklerle daha rahat seyahat edebilme olanaklarına sahiptirler. Hatta ekonomik gelişmişlik düzeyine ve ekonomik olanaklara bağlı olarak, daha uzak çekim yerlerini ve daha lüks seyahatleri tercih edebilirler. Özellikle kurvaziyer turizmin hedef kitlesini ağırlıklı olarak üçüncü yaş turistler oluşturur. Bu yaş grubundaki yiyecek alışkanlıklarına bakıldığında genellikle diyet yemekler, salatalar ve sebze yemekleri tercih ederler. Konaklama işletmesi tercihlerine bakıldığında ise, ağırlıklı olarak, içerisinde tıbbi olanakların bulunduğu, konforlu ve lüks oteller ve tatil köylerini tercih ederler. Oda seçimlerinde, ilk katlar, resepsiyona, sağlık hizmetlerine, restoran ve asansörlere yakın odalar tercih ederler (Akat, 2000: 22).

Dünyada yaşlı nüfusun artması nedeniyle, tur operatörleri, seyahat işletmeleri ve konaklama işletmeleri “Üçüncü Yaş Turizmi”ni oluşturan satın alma gücü yüksek ve boş zamana sahip yeni bir müşteri grubu oluşturmaya çalışmaktadır. Türkiye’ye yönelik turizm hareketlerinde üçüncü yaş turistlerinin sayıları değerlendirildiğinde, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’in verilerine göre Türkiye’ye gelen yabancıların yaş sınıflaması 45-64 yaş arası ve 65 yaş ve üstü olarak ayrılırlar. Bu doğrultu da bu iki sınıfın toplamı şeklinde incelendiğinde 2005 yılında Türkiye’ye gelen 45 yaş ve üstü turistlerin sayısının 5.8 milyon kişi olduğu tespit edilmiştir. Aynı yıl verilerine göre bu rakam Türkiye’ye gelen toplam turist sayısının yaklaşık %28’idir (Hacıoğlu ve Şahin, 2008: 25-28).

1.6.3. Yayla Turizmi

Kentin görüntüsü, monotonluğu ve kirliliğinden kaçan turistler için, yayların bitki örtüsü, kendine özgü mimarisi, kaynak suları, temiz havası ve sessizli önemli bir çekicilik unsurudur. Yaylalar aynı zamanda golf, atla gezinti ve binicilik sporları, uygun ortamlarda kış sporları ve çim kayağı gibi sportif faaliyetlere de uygun ortamlardır (Yürük, 1999: 58).

Türkiye yayla turizmi açısından birçok değere sahiptir. Türkiye'nin dört bir yanında büyük küçük sayısız yayla vardır. Türkiye'de dağlık alanların çokluğu, geniş yer kaplaması ve yaylacılık faaliyetinin birçok bölgede yaygın olması nedeniyle, yayla turizmi açısından çok geniş olanakları vardır. Özellikle Ege, İç Anadolu, Akdeniz, Doğu Karadeniz, Güney Doğu ile Doğu Anadolu Bölgesinde yaşayan ve hayvancılıkla uğraşan halk, hem hayvanları beslemek ve onların kışın yiyecekleri besinleri sağlamak için hem de yaz sıcaklığından kurtulmak için serin olan yaylalara çıkmaktadırlar (Öğütçü, 2002: 1).

Ülkemizde yayla turizminin geliştirilmesine yönelik olarak Trabzon'da Uzungöl Peyzaj Projesi, "Alternatif Turizmin Yönetmel Boyutu" konulu araştırma ve "Çoruh Havzası Turizm ve Rekreasyon Geliştirme Planı" sürdürölmektedir. Ayrıca yayla turizminin tanıtılmasına yönelik olarak; "Doğu Karadeniz Yaylaları" ve "Toros Yaylaları" 1992-1998 yılları arasında 5 kez Karadeniz Bölgesi'ne yeşil tur düzenlenerek, doğal ve kültürel değeler yerli ve yabancı basına tanıtılmıştır. Bunun yanında Çoruh Nehrinde 1993 yılı Temmuz ayında IV. Dünya Akarsu Sporları (Rafting) Şampiyonası düzenlenmiştir. "2023 yılı Türkiye Turizm Strateji Planı"nda yayla turizmiyle ilgili olarak; doğa turizm amaçlı olarak seçilen alanlarda, güzergah üzerinde yer alan mağara, şelale, ilginç ağaç ve kaya oluşumu, sportif alanlar, kamping alanları vb. çekicilikler için çevre düzenlemeleri yapılacağı, başta ulaşım olmak üzere gerekli altyapıların tamamlanacağı belirtilmiştir. Bunun yanında, yörenin özelliklerinin araştırılmasına imkan verecek ve bunun bilimsel anlamda gösterimini sağlayacak araştırma istasyonları ve bilim müzeleri kurulacağı ve yöre halkına pansiyonculuk eğitimi verileceği belirtilmiştir (kültür, 2008).

1.6.4. Golf Turizmi

Golf, pek çok doğal ve yapay engelin bulunduğu 500 bin metrekarelik bir sahada oynanan bir açık hava sporudur. Golf turizmi ise kişilerin eğlenmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerden ayrılarak golfle ilgili aktiviteleri seyretmek veya bu aktivitelere katılmak üzere yapılan

seyahatten kaynaklanan olay ve ilişkiler bütünüdür (Karaman ve Tetik, 2008: 411). Golf turizmine katılan kişiler genellikle üst gelir grubunda yer alan, orta yaşta ve iyi eğitim almış profesyonel kişilerdir. Bu grupta yer alan kişilerin ortalama konaklama süresi 4-5 gündür ve yılda birden fazla seyahat ederler (Akgül, 2003: 35-36).

Golf turizmi; turizm sezonunu yaymaya çalışan ülkelere bu konuda büyük olanaklar sağlar. Aynı zamanda turistik çekim yerinin imajını arttırmada yardımcı olur ve turistik çekim yerinin rekabet gücünü artırır. Dünya üzerinde yaklaşık 60 milyon insanın golf oynadığı varsayılmakta ve bu pazarda yılda 12 milyon poundluk bir harcama yaptıkları hesaplanmaktadır. Avrupa'da yaklaşık 5.000, Dünya genelinde ise 30.000 adet golf sahası vardır. Golf turizminin getirilerini dikkate alan bazı ülkeler (Malta, Kıbrıs Rum Kesimi, Sicilya, İspanya, Portekiz ve Yunanistan) golf turizmini paket tur programı içerisinde turistlere sunmaktadırlar (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 186).

Türkiye'de golf tesisleri çoğunlukla sahile yakın yüksek kapasiteli zengin yeme-içme, alışveriş, eğlence olanaklarının sunulduğu konaklama tesislerinin yakınındadır. Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığınca golf turizmine yönelik olmak üzere turizm alan ve merkezlerinde 11 adet golf alanı planlanmıştır. Bu golf alanlarının bir kısmı işletme faaliyetine geçirilmiş, diğer bir kısmı ise halen yatırım aşamasındadır. Kültür ve Turizm Bakanlığından işletme belgesi 6 adet golf tesisi vardır. Bunlar; Gloria Golf Resort, Robinson Club Nobilis, Klassis Golf Club & Country, Kemer Golf Country Club, National Golf Club ve Tat Golf Belek International Golf Club'dır (kültür, 2008).

1.6.5. İnanç Turizmi

İnanç turizmi; dinlerce kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak veya bunları izlemek, hac gibi dinsel görevleri yerine getirmek, kutsal ve ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan ve zaman zaman çok önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların olduğu turizm olayıdır (Usta, 2002: 37). Bir başka ifadeyle, kutsal yerlerin, bu dinlerce mensup insanlarca ziyaret edilme eğilimlerinin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi faaliyetlerine inanç turizmi adı verilir (Öztaş ve Sezgin; 1998: 144). Endüstriyel gelişme ve kentleşmeyle birlikte kentlerde kalabalık içinde yalnızlaşan insanlar, ihmal ettikleri ve unuttukları birtakım manevi değerlere yeniden sarılmaya başlamışlardır (Yenipınar, 2002: 74).

Dünya turizm potansiyelinde, inançla ilgili seyahatlerin payı giderek artmaktadır. Turizm Bakanlığının, İnanç Turizminin geliştirilmesi amacıyla başlatılan çalışmalar kapsamında, 1993 yılında öncelikle Hristiyan, Musevi ve İslam dinlerine ait günümüze kadar ulaşan eserlerin ve ibadet yerlerinin envanteri hazırlanmıştır. Türkiye genelinde Valilikler, Kültür Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı ve çeşitli üniversitelerin de görüşleri alınarak yapılan envanter çalışmasında, ülkemizde yer alan ve sayıları çok fazla olan tüm eserler ele alınamamıştır. Çıkarılan envanterde toplam 316 eser (Müslümanlık-167 + Hristiyanlık-129 + Musevilik - 20) belirlenmiştir. Bu proje kapsamında Dışişleri Bakanlığı Başkanlığında, İçişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve ilgili Kamu Kurum ve Kuruluşların temsilcilerinden bir komite kurulmuştur. Bu Komitece; Hatay - St.Pierre Anıt Müzesi, İçel - St.Paul Anıt Müzesi, İzmir - Selçuk Meryem Ana Evi, Antalya - Demre; St. Nicola Kilisesi, Bursa - İznik; Ayasofya Cami, Manisa; Sard, Alaşehir, Akhisar Kiliseleri, Isparta - Yalvaç Pisidia Antik Kenti, Nevşehir - Derinkuyu Ortodoks Kilisesi, Denizli - Laodikya Antik Kenti hristiyanlık açısından en önemli yerler olarak tespit edilmiş, Vatikan'ın önerisi ile de Hristiyanlar için hac yeri olarak kabul edilmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, sadece bu 9 kutsal mekanın değil, İstanbul, Şanlıurfa, İzmir, Bursa, Edirne, Gaziantep, Siirt, Mardin ve Bitlis gibi ülkemizin bir çok kentinde İslamiyet açısından büyük önem taşıyan kutsal mekanlardan da tespit edilen eksiklikler, gerek Kültür ve Turizm Bakanlığı bütçesinden gerekse Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu Başkanlığı'ndan temin edilen ödenekler kullanılarak giderilmektedir. Yol yapımından çevre düzenlemesine, aydınlatmaya kadar değişik altyapı ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için bu güne kadar Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu Başkanlığı'ndan yaklaşık 1.5 Trilyon TL. tahsis edilmiştir (kültür, 2008).

1.6.6. Sağlık ve Termal Turizm

Sağlık turizmi; bir turizm aktivitesi veya çekim yeri olarak turistlerin sağlık amacıyla bölgeye getirilmesi ve bu amaçla yapılan diğer aktivitelerdir. Sağlık turizminin ana amaçlarından biride insan sağlığının iyileştirilmesidir. Bu amaca yönelik olarak çeşitli hastalıkların veya bazı yaraların tedavisinde sağlık turizmine yönelik termal turizm faaliyetleri kullanılmaktadır (Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 14).

Sağlık amaçlı turizm kapsamında değerlendirilen termal turizm; doğal şekilde belirli sıcaklığa sahip olarak yer üstüne çıkan ve faydalı mineralleri içeren şifalı suların ve şifalı çamur ve buharların bulunduğu yörelerde, yöreye özgü iklim şartları içerisinde gerçekleşen turizm türüdür. Günümüzde, tıp bilimi çok gelişmiş teknik ve araçlara sahip olmasına rağmen, tıp otoriteleri genelde doğal yöntemleri ve şifalı suları hastalarına önerirler (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 9).

Günümüzde sanayileşmenin artmasıyla birlikte yorucu, sıkıcı ve bunaltıcı kent yaşamı insan sağlığını tehdit edici boyutlar kazanmış; ruhsal ve bedensel rahatsızlık ve hastalıklara neden olmaya başlamıştır. Tedavi edilmesi gereken bu sorunlar karşısında gelişmiş ülkeler deniz ve kaplıca sularından, iklim ve bitki gibi doğal kaynaklardan yararlanmak ve halk sağlığını korumak için çaba harcamaya başlamışlardır. Böylece kür ve tedavi amacıyla deniz, kaplıca, içmece-maden suyu, çamur, iklim, mağara alanları sıklıkla ziyaret edilir hale gelmiştir (Selvi, 2008: 275).

Türkiye’de 46 ilde 190 civarında kaplıca tesisi vardır. Kültür ve Turizm Bakanlığından termal amacına yönelik olarak (Sağlık Bakanlığınca kür merkezi uygun görülen) turizm yatırım belgesi almış 10 tesisin yatak sayısı 2.461, turizm işletme belgesi almış 30 tesisin yatak sayısı ise 8.562’dir. Yaklaşık olarak 16.000 yatak kapasiteli 156 tesis ise yerel idare tarafından belgelendirilmiştir. 2634 Sayılı Teşvik Kanunu Gereğince kamu arazilerinin turizm yatırımlarına açmak üzere 34 adet turizm merkezi vardır. Bunun yanında ülkemizde sağlık turizm bakımından hizmet veren özellikle İstanbul’da faaliyet gösteren Memorial Suadiye Klinikliği, Memorial Okmeydanı, Acıbadem Hastaneleri, Amerikan Hastanesi, Dünya Göz Hastanesi, Florence Hastaneleri, International Hospital, Med-line olmak üzere akridite kuruluşlar vardır (kültür, 2008).

1.6.7. Kış Turizmi

Kış turizmi genellikle karlı ortamlarda yapılan ve kış sporlarının ağırlık olarak geliştirildiği merkez ve alanlar üzerinde yoğunlaşan bir turizm hareketidir (İbramigov, 2001: 28). Diğer bir tanımlamaya göre kış turizmi, kayak sporunun merkezinde bulunduğu ve buna uygun karlı ve eğimli alanlara yapılan seyahatleri, konaklama ve diğer hizmetlerden oluşan faaliyet ve ilişkilerdir (İlban ve Kaşlı, 2008: 321).

Dünya’da ABD, Kanada, Avusturya, İsviçre, Fransa, İtalya, Rusya, İspanya, Almanya, Romanya ve Bulgaristan kış turizmi arz potansiyellerini değerlendiren ve yerli, uluslararası turistlerin hizmetlerine sunan ülkelerdir. Ayrıca Alp dağlarının kış turizmi açısından özel bir yeri vardır. Alp Dağları, 1200 km’ye uzayan çizgisi üzerinde beş ülkeyi ve bu ülkelerin karakterlerini yansıtan tipik kayak merkezleri ile “Best of the Alps” adında turistlere sunulur. Bunların içinde Fransa, Avusturya, İsviçre ve İtalya’nın en iyi kayak merkezleri de yer alır. Kayak pistleri her türlü kayak tekniğine olanağına sahiptir, ayrıca kar yürüyüşleri, paten ve kayak sonrası aktivitelere de yer verilmektedir (İbramigov, 2001: 80).

Türkiye, Alp Himalaya sıra dağları üzerinde yüzölçümünün yaklaşık %55’i 1500-3000 m. yükseklikte dağlık alanlarla kaplı bir ülkedir. Bu dağların ülkemizdeki uzantıları Beydağları, Cilo ve Sat Dağları ile Kaçkarlar, Avrupa’daki Alpler ile aynı zaman diliminde oluşmuşlardır (İlban ve Kaşlı, 2008: 320). Türkiye’de kış turizm merkezleri batı bölgelerde sınırlı sayıda olması dışında, büyük oranda İç ve Doğu Anadolu bölgelerinde yer alır (İncekara, 1998: 21). Türkiye’de kış sporları merkezlerindeki yatak kapasitesi Turizm Bakanlığı 2005 istatistiklerine göre 11045’tir. Konaklama imkanı sunan kar turizmi merkezlerini de sayısı 19’a ulaşmış durumdadır. Bununla beraber başta Uludağ ve Kartalkaya olmak üzere kış turizm merkezlerimizin en büyüğü bile uluslararası pazarlarda Türkiye’nin ciddi bir pay sahibi olmasına yetecek düzeyde değildir. Avusturya, Fransa, İsviçre, İtalya gibi Avrupa’nın başarılı kar bölgelerine sahip ülkelerinin yanı sıra son yıllarda Romanya ve Bulgaristan da iddialı yatırımlarla uluslararası pazarlarda rekabet gücünü arttırmaktadır. Türkiye ise bu alandaki potansiyelini değerlendirmede zorluk çekmekte ve gecikmektedir (İlban ve Kaşlı, 2008: 320).

1.6.8. Mağara Turizmi

Turizm amaçlı mağara kavramı, özel ilgi gruplarının (araştırmacılar, mağaracılık sporuyla ilgilenenler, merak ve macera tutkunları) ziyaretine açık, sonradan düzenlenmiş mağaraları içerir (Akgül, 2003: 37).

Türkiye’de mağara sayısı ve çeşitliliği olarak oldukça zengindir. Mağaralar, genellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde yoğunlaşırlar. Belirgin dağ kuşakları şeklinde uzanan bu kayalar üzerinde 20.000 den fazla mağaranın bulunabileceği sanılmaktadır. Bu mağaralardan ancak 1200 tanesinin incelenebildiği Türkiye, mağara yoğunluğu açısından Avrupa ülkeleri

arasında ilk sıralarda yer alır ve “mağara cenneti ülke” olarak tanımlanır. Türkiye’nin en uzun mağarası, 16 km’den fazla olan Isparta’daki Pınargözü Mağarası; en derin mağarası ise –1453 ile Mersin’deki Peynirlikönü Mağarasıdır. Türkiye’de 20’nin üzerinde mağara turizme açılmış olup, bunların dışında yalnızca uygun ekipman sağlanarak rehber eşliğinde girilebilecek özel ilgi gruplarına yönelik birçok mağara vardır. Turizm Bakanlığı bu güne kadar 13 adet mağarayı turizm hizmetine sunmuştur (kültür, 2008).

1.6.9. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, insanların toplantılara katılma amaçlı seyahatleri esnasındaki temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik hizmetlerin, turizm sektörüne ait işletmelerce karşılanmasından doğan bir turizm çeşididir. Bu bağlamda kongre turizmi; insanların ikamet ettikleri ve çalıştıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek konularında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla gelmelerinden ortaya çıkan seyahat ve konaklamalardan doğan olay ve ilişkilerinin bütünüdür (Baytok, 1998: 35).

Konferans ve toplantılar turizm sektöründe önemli bir yere sahiptir. Çünkü turizmin önemli bir problemi olan sezonluk dalgalanmalardan etkilenmezler. Aynı zamanda, kongre turizminde konaklama süresi diğer turizm faaliyetlerine göre daha uzun olduğundan getirisi daha fazladır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 186). Bu yüzden, dünyada her yıl, konuları ve amaçları birbirinden farklı, küçük ya da büyük, ulusal ya da uluslararası boyutta binlerce kongre, konferans ve toplantı yapılmakta ve bunlara çok sayıda insan katılmaktadır. Belirli bir süre içinde yapılan bu organizasyonların toplantı hizmetleri dışında birkaç günlük gezi programları da eklenerek çekicilik kazandırılmaktadır. Söz konusu faaliyetlerin yılın her döneminde yapılabilmesi yanında talep esnekliğinin de düşük olması bu tür organizasyonlara yönelik turistik ürün çeşitlendirmesine gidilmesini çekici kılar (Akgül, 2003: 37-38).

Türkiye kongre turizmi açısından Avrupa ülkelerine yakınlığı ve egzotikliği ile ideal bir çekim yeridir. Türkiye bugün her tür ve boyutta toplantı, kongre ve konferansı uygun konfor ve tarzda düzenlemek üzere tüm donanıma sahiptir. Kongre turizm merkezleri, hemen hemen ülkemizin her yerinde vardır. Örnek olarak, Afyon’da İkbâl Thermal Otel, Adana’da Hilton, Ankara’da Sheraton Ankara, Antalya’da Grand Otel Phaselis, Aydın’da Onura Otel, Bolu’da Abant Palace Otel, İstanbul’da Çırağan Sarayı bunlardan bazılarıdır (kültür, 2008).

1.6.10. Av Turizmi

Av turizmi, av ve yaban hayatı kaynaklarının denetim altında yerli ve yabancı avcılarının kullanımına sunulmasını, bu kaynakların rekreasyonel ve turistik yönlerden değerlendirilerek ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan etkinliklerdir (Şafak, 2003: 139).

Av turizmi, turizmin diğer faaliyet dallarına göre ülke ekonomisi açısından oldukça önemli bir gelir kaynağıdır. Çünkü, avcılık için büyük miktarda harcama gerektirdiğinden, av turizmine katılan turistler, çok yüksek gelir düzeyinde yer alan tüketicilerdir. Aynı durum yerli avcılar içinde geçerlidir (Ege, 2008: 346).

Günümüzde Almanya, Avusturya, Danimarka, Doğu Avrupa ülkelerinden Çekoslovakya, Romanya; Yugoslavya, Polonya, Bulgaristan ve Sovyetler Birliği ile Batı Avrupa'da İspanya ayrıca birçok Afrika ülkesi av turizmi aracılığıyla büyük ölçülerde döviz elde etmektedirler. Bazı ülkeler de ekonomilerindeki büyük açıkları av turizmi gelirleri ile kapatmaktadırlar. Türkiye'nin coğrafi yapısı, bitki örtüsü ve yaban hayatı bakımından av turizminin gelişmesine elverişli konumdadır. Türkiye`de 1977 yılında ilk av turizmi uygulamasına yaban domuzu avı ile başlanılmış, 1981 yılında yaban keçileri av turizmi kapsamına alınmıştır. 1984 yılında yabancı avcılar gibi, yerli avcılar da av turizmi kapsamında avlanmaya başlamışlardır (Şafak, 2003: 139).

Türkiyede av turizmi uygulaması ülkemizin av hayvanı potansiyeli dikkate alınarak, Orman Bakanlığı (Milli Parklar, Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü) tarafından tespit ve ilan edilir. Yabancı turist avcılar, Orman Bakanlığınca A Grubu Seyahat Acentelerine verilen Av Turizmi İzin Belgesi ile avlanabilirler. Ayrıca, yabancı turist avcılar Orman Bakanlığı Milli Parklar ve Av-yaban Hayatı Genel Müdürlüğünce tescil edilen özel avlaklarda, sadece buralarda üretilip serbest bırakılan türleri avlayabilir. Seyahat Acenteleri aracılığıyla avlanabilen yabancı turist avcılar, 6136 Sayılı Kanunun uygulanmasına ilişkin yönetmelik ve MAK (Merkez Av Komisyonu)'nun ilgili kararına göre, av tüfeği ve aksamını beraberlerinde getirebilirler (kültür, 2008).

1.6.11. Kırsal Turizm

Kırsal turizm, coğrafik olarak şehir dışında gerçekleştirilen ve genellikle personelin turizm hareketinin gerçekleştiği kırsal alandan karşılan turizm şeklidir. Kırsal alanları öğrenme ve doğa ile bütünleşme birincil amaçtır (Douglas vd., 2001: 165). Diğer bir tanımlamaya göre kırsal turizm, daha çok çiftliklere ve doğaya yönelik olarak yapılan, turistlerin çiftlik gezme, balık tutma, ata binme, uzun yürüyüş vb. etkinliklere katıldıkları turizm türüdür (Yarcan: 1998; 5).

Bozulmamış doğal çevrede, doğa harikalarının bulunduğu ilginç kırsal yöreleri gezmeyi, görmeyi arzu eden turistler otantik atmosferdeki etkinlikleri tercih ederler. Konaklama hizmetleri için köylünün günlük yaşamını sürdürdüğü evler, buralardaki pansiyonlar, kampingler veya kırsal tatil köyleri ilgi görür. Kültür gezileri, yakın çevrede doğa yürüyüşleri, yerel el sanatlarının tanıtımı, hayvancılık, tarım gibi etkinlikler turistik çekiciliği artırır (Zeyrek, 2008: 457).

Kırsal turizme katılan turistler genellikle kendi arabalarıyla ikamet eden ve ziyaret edilen çekim yerinden çok fazla uzakta ikamet etmeyen ziyaretçilerdir. Kırsal turizme katılanların genel profiline bakıldığında genellikle genç ve orta yaş mensubu, orta gelir grubundaki yüksek eğitimli ve profesyonel meslek mensuplarıdır. Bu kişileri kırsal alanlara iten nedenler genellikle doğa, özgürlük ve uzaklaşma arzusudur (Molera, 2006: 758).

Günümüzde, Avrupa’da kırsal turizmde gelişmiş birçok ülke (Fransa, Avusturya, İtalya, Almanya, İngiltere, İrlanda, İsviçre, Hollanda, Belçika, İspanya, Portekiz, İskandinav ülkeleri vd.) vardır (Soykan, 2006: 84). Kırsal turizm, bu ülkelerde iç turizm yanında, dış turizme de hizmet verir bir düzeye ulaşmıştır. Avrupa’da yapılan Avrupa Kongresinde belirtilen verilere göre yaklaşık 200,000 yatırımcı ve 2 milyon’dan fazla yatak kapasitesi vardır. Kırsal turizme yapılan yıllık harcama 12 Milyar Euro civarında ve katma değer ve çarpan etkisi de eklendiğinde gelir 26 milyar Euro’ya ulaşmaktadır. Bunun yanında kırsal turizmde 500,000 kişi için istihdam yaratmaktadır (Dettori vd., 2004).

Türkiye’de kırsal turizm denildiğinde çoğunlukla doğa yürüyüşleri ve doğa sporlarını içine alan açık hava rekreasyon etkinlikleri, alış-veriş ve yeme içmeyi kapsayan günübirlik köy ziyaretleri anlaşılr. İstanbul, İzmir gibi büyük kentlerin çevresinde, Muğla ve Antalya

gibi turistik illerde, Bursa Safranbolu gibi tarihsel, kültürel zenginliklere sahip yerleşmelerin çevrelerinde; antik kentlerin yakınlarındaki köylerde bu yönlü kırsal turizmin geliştiği görülür. Bu köylerin çoğu hafta sonu yürüyüşlerinde gezi güzergahı üzerinde oldukları için uğranılan, çevrelerinde piknik yapılan, kır lokantasında yemek yemeğe gidilen yerlerdir. Örneğin; İzmir/Selçuk yakınlarındaki Şirince, Tire ve Birgi Köyü, Bursa ili yakınlarındaki Cumalıkızık Köyü, Trabzon ili yakınlarındaki Uzungöl bu yerlerden bazılarıdır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008: 74).

1.6.12. Akarsu Turizmi

Çağdaş insanın, modern hayatın getirdiği gerilimlerden bir süre için uzaklaşma arzusunda olması ve doğaya dönme arayışlarını gerçekleştirmede akarsu turizmi, tıpkı trekking, dağ ve kış sporları gibi faaliyetlerde olduğu gibi önemli bir araçtır. Akarsu turizminin tamamen doğal şartlarda gerçekleştirilmesinden dolayı, çevre ile uyumlu, betonlaşmaya ve çevre kirliliğine yol açmayan ve doğal güzellikleri ön plana çıkaran bu turizm türüne macera ve doğa tutkularının katılımlarının önümüzdeki yıllarda da artacaktır (Akgül, 2003: 39).

Türkiye'nin sahip olduğu zengin doğal kaynaklarından birisi de akarsulardır. Türkiye akarsularının önemli bir bölümü kısaca "akarsu turizmi" olarak tanımlayabileceğimiz rafting, kano ve nehir kayağı için oldukça elverişlidir. Ülkemizde raftinge uygun akarsular: Çoruh nehri, Köprüçay, Manavgat Çayı, Dim Çayı, Adana-Feke-Göksu Nehri, Zamatı Irmağı ve Fırat nehrinin bir kısmıdır (kültür, 2008).

1.6.13. Kültür Turizmi

Kültür, toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleriyle tarih, felsefe, ahlak, bilim, sanat, teknik, spor, ekonomi, sanayi, eğitim, hukuk, sağlık, turizm vb. alanlardaki varlığının, süreçlerinin, etkinliklerinin gelişmelerinin oluşturduğu bir bütündür (Tunç ve Saç, 1998: 31). Kültür turizmi ise katılanların, önceki dönemlerden kalan mimari, arkeolojik ve tarihi önemi olan yerleri ve başka insanların değişik yaşam tarzlarını tanımalarına, böylece onların gelenekleri, görenekleri, fiziksel çevreleri ve entelektüel bakış açıları hakkında doğrudan fikir edinmelerine olanak sağlayan bir turizm türüdür (Akgül, 2003: 53).

Kültür turizmi bölgesel açıdan, turistik konaklama işletmelerinin doluluk oranını arttırdığı gibi yeni istihdam alanlarının oluşmasını sağlar (Tunç ve Saç, 1998: 31). Aynı zamanda kültür

turizmi ülkelerin tarihi ve kültürel değerlerini tanımak, yakından görmek, çeşitli dönemlere ait uygarlıklar arasında karşılaştırmalar yapmak, eski el sanatları tanıma gibi nedenlerle yapıldığından ülkelerin tarihi, kültürel, folklor zenginliklerini korumasını sağlar (Akat, 2000; 15). Türkiye'nin önemli turizm potansiyelini oluşturan Avrupalı turistlerin %30'u ziyaret etmek için kültürel mekanları tercih etmekte ve yaşlı nüfusunun da giderek arttığından ülkemize olan turistik talebin artması beklenmektedir. Kültür turizmine katılanlar gün geçtikçe daha da artmakta ve sürdürülebilir turizm yaklaşımına uygun olduğundan sunulan turistik ürün kalitesini yükseltmektedir. Artan turistik ürün kalitesiyle birlikte ülkemizin çekim yeri imajı artmakta ve diğer ü

lkelerle rekabet gücü artmaktadır. Kültürel değerlerimizle ilgili kesin envanter olmamakla birlikte 6192 arkeolojik sit alanı, 947 doğal sit alanı, 194 kentsel sit alanı, 132 tarihi sit alanı ve 385 diğer sit alanı olmak üzere ülkemizde toplam 7850 sit alanı vardır (Batman ve Oğuz, 2008: 192-198).

1.6.14. Yat Turizmi

Yat turizmi genel olarak, insanların eğlenmek, dinlenmek, spor yapmak başta olmak üzere, çok çeşitli nedenlerle çekiciliği olan yerleri kapsayan bir güzergah boyunca yatla gerçekleştirdikleri seyahatlerdir (Narin, 2006: 128).

Dünya'da yaklaşık 20.000 marina alanı ile 6,5 milyon tekne vardır. 14.000 marina alanı ile ve 4,5 milyon yelkenli ile ABD yatçılık alanında dünyada lider durumdadır. Günümüzde dünyanın en önemli yat merkezleri olarak kabul edilen yerler şu şekildedir (Kaya ve Narin, 2008: 368):

- **Akdeniz:** Orta ve Kuzey Avrupa ülkeleri yatçılarına hizmet veren en önemli yatçılık merkezlerinden birisidir

- **Karayip Adaları:** Atlantik okyanusundadır ve genellikle Amerikalı yatçılara hizmet verir. Ancak Avrupalı yatçılar da zamanla burayı sık sık tercih etmeye başlamışlardır.

- **Florida:** Uluslararası yatçılık açısından da cazip bir yer olan Florida Amerikan yatçılığının merkezi sayılır.

- **Rhode Island:** New York yakınlarındaki bu merkezi daha çok Amerikalı yelkenli yatlar tercih ederler.

- **Saint Diego-San Fransisko:** Amerikan yatçılığının batı kıyılarındaki önemli merkezidir.

- **Pasifik Adaları:** Dünya çevresi turu yapan yatçıların uğrak noktalarındandır.

- **Puket Lagonları-Tayland:** Uluslararası yatçılığın merkezlerindendir.

Dünyanın en önemli yat merkezlerinden ikisi Karayip Adaları ve Akdeniz bölgesidir. Amerikan yatçılar mesafeden dolayı Karayip Adalarını, Avrupalı yatçılar ise Akdeniz bölgesini tercih ederler. Akdeniz Bölgesinde yat turizmi; yüksek fiyatlar, farklı yerleri keşfetme güdüsü, rekabet ve Hırvatistan, Arnavutluk, Türkiye gibi ülkelerin henüz bozulmamış doğal ortamlarından ve nispeten ucuz ülke olmalarından dolayı Batı Akdeniz’de yoğunlaşan yat turizmi Adriyatik, Doğu Akdeniz ve Ege kıyılarına doğru kaymaya başlamıştır (Kaya ve Narin, 2008: 368).

Türkiye ise yatçıların her gece değişik, özel demir atacakları koy, körfez ve plajların hazinesidir ve Mavi Yolculuğa ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye’deki marinalar; Antalya’da Setur Antalya Marina, Park Kemer Marina, Setur Finike Marina, Muğla’da Ece Marina, Netsel Marina, Milta Marina, Turgutreis, Aydın’da Setur Kuşadası, İzmir’de Setur Çeşme Marina, Balıkesir’de Setur Ayvalık Marinadır. Türkiye’de 2005 yılı itibarıyla toplam 28 yat limanı bulunmakta, bunların toplam 2558 yat bağlama kapasitesine sahip olan 13 yat limanı kamu sektörü tarafından yapılarak işletmeye açılmıştır (kültür, 2008).

1.6.15. Botanik Turizmi

Botanik turizmi; materyali doğanın varlığı, flora zenginliği ve flora ilginçliği olan, tabiatın korunmasına yardımcı olan ve bunu amaç edinen, dış ülkelere gelecek turistlerin ağır bastığı, aktivitelere katılanların eğitilmiş, konularında hayli bilgili, donanımlı olduğu ve küçük gruplar halinde doğayı gezen ve doğada dolaşan, doğayı inceleyen kişilerin gerçekleştirdiği turizm çeşididir (Sönmez, 2008: 165-166).

Türkiye bitki çeşitliliği açısından Avrupa’dan üstündür. Dünyada sadece belli bir bölgede yetişen veya anavatanı belli bir bölge olan (endemik) bitkiler açısından Türkiye Avrupa’dan üstün olmanın da ötesinde dünyanın birkaç bölgesinden biridir. Avrupa’nın endemik bitki sayısı toplam 2.750 adet iken bu sayı ülkemizde 3.000 adettir. Türkiye’nin bitki zenginliğinin en önemli nedenlerinden biri, buzul çağlarında Anadolu’nun bitkiler için bir sığınak olmasıdır.

Günümüzde de Türkiye hiçbir Avrupa ülkesinde olmayan bir şekilde 3 farklı bitki alanının kesişme noktasında yer alır. Bu bitki alanları Akdeniz Bitki Alanı (Akdeniz ve Ege bölgelerini kapsamaktadır), Avrupa-Sibirya Bitki Alanı (Karadeniz ve Marmara bölgesini kapsamaktadır), İran-Turan Bitki Alanı (İç Anadolu ve Doğu Anadolu bölgesini kapsamaktadır.) dır (kültür, 2008).

1.6.16. Eko-Turizm

Eko-turizm; eğlenmeyi, doğayı ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı destekleyen, düşük ziyaretçi etkisi olan ve yerel halka sosyoekonomik fayda sağlayan, bozulmamış doğal alanlara çevresel açıdan sorumlu seyahat ve ziyaret şeklidir. Diğer bir ifadeyle, doğal çevre ile turizm faaliyetini bağdaştıran, çevrenin olumsuz etkilenmesi konusunda sorumluluk güdüsü ile hareket etme esasına dayalı turizm faaliyetidir (Arslan, 2007: 31).

Eko-turizm ilk olarak Alpler’e gelen turistlere çiftçilerin evlerinin bir kısmını açmasıyla başlamıştır. Alpler’e gelen ilk turistler İngilizler olmakla birlikte bu bölgeye gelenler bölgenin yaz mevsiminde sahip olduğu manzaraları seyretmek ve gölleri ziyaret etmek amacıyla gelmişlerdir. Dünyada eko-turizm örnekleri Amerika kıtası genelinde özellikle ABD, Brezilya ve Kanada’da çok çeşitli şekillerde görülür. ABD’de San Francisco ve Salt Lake City arasında bulunan, hem çok kar yağışı olan ve hem de çok güneşli olan Tahoe Gölü önemli rekreasyon çekiciliğine sahip bir göldür. Alaska’da gemi yolculuklarının çoğu eko-turizm amaçlıdır. Laurentin dağlarındaki göller, manzaralar, ormanlar ve yürüyüş parkurları Kanada’nın önemli eko-turizm çekicilikleridir. Küba, sosyal ve kültürel yapısı, doğal güzelliklerinin varlığı ile eko-turizm talebini yaratmaktadır. Başta Yeni Zelanda olmak üzere Asya Pasifik ülkeleri eko-turizm açısından “temiz ve yeşil” imajı ile dünya turizmine pazarlanmaktadır (Çetin, 2001: 61-62).

Türkiye, Akdeniz’deki en önemli turizm alanlarından biridir. Yaklaşık 8.000 km. uzunluğundaki sahilleri, çeşitli uygarlıklardan kalan zengin tarihi ve kültürel mirasın yanı sıra iklimsel çeşitliliği nedeniyle olağanüstü bir bio çeşitliliği sahiptir. Gerek dağları, ormanları, yaylaları, kıyıları, gölleri, akarsuları gibi doğal varlıkları, gerek flora ve faunası ve gerekse mağaraları ve kanyonları gibi ilginç jeolojik oluşumları açısından diğer ülkelerle kıyaslanmayacak düzeyde bir zenginliğe sahiptir ve bu zenginlikler Türkiye’yi gündemde

olan eko turizm için oldukça ilgi çekici bir ülke konumuna getirmektedir (Bozok ve Yılmaz, 2008 : 125).

1.6.17. Spor Turizmi

Spor turizmi, kişilerin eğlenmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerden ayrılarak spor aktivitelerini seyretmek veya bunlara katılmak üzere seyahat etmeleridir. Spor turizmine yönelik faaliyetler üç şekilde gerçekleşir. Birincisi, aktif olarak faaliyetlere katılacak olanlara yönelik turizm faaliyetleri, ikincisi doğrudan faaliyetlere katılmayıp seyirci olarak katılacak olanlara yönelik turizm faaliyetleri, üçüncü ise aktif sporcu olmayıp, sportif faaliyetlerde bulunmak isteyenlere yönelik turizm faaliyetidir (Öztürk ve Yazıcıoğlu: 2002: 5).

Spor, günümüzde sağlıklı yaşamın bir unsuru olarak görülür. Bu nedenle turistik konaklama işletmeleri; tenis, minigolf, yelken, yüzme gibi sportif etkinliklere büyük önem vermektedirler. Olimpiyatlar, uluslararası sportif karşılaşmalar, binlerce insanın farklı bölge ve ülkelere seyahat etmesine neden olmaktadır. Yapılan araştırmalar rekreasyon amaçlı sportif faaliyetleri tercih eden insanların sayısının, diğer faaliyetlere katılanların sayısından daha fazla olduğunu göstermektedir. Örneğin, Almanya’da halkın % 61’i boş zaman etkinliklerinden sporu tercih etmektedirler (Erdem ve Girgin, 2008: 393).

Günümüzde spor turizmindeki gelişmelere bakıldığında, insanların birkaç farklı dalda (rafting, kar kayağı, yamaç paraşütü vb.) spor yapmanın yanında, sadece tek bir spor dalında veya sadece tek bir sporu yapmak amacıyla seyahat etmeye başlamışlardır. Böylece farklı dallarda spor yapmayı kapsayan “spor turizmi” yanında spor turizmin türleri olarak alt dallar ortaya çıkmıştır. Bunlardan bazıları; su altı dalış turizmi, hava sporları, dağcılık, akarsu turizmi, futbol turizmi, av turizmi ve golf turizmi’dir (Hazar, 2007: 80).

Türkiye spor turizmi açısından önemli potansiyele sahiptir. TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği)’in 2002 istatistiklerine göre; Türkiye’de doğa sporları yapılabilen 178 turizm kaynağı ile ilgili olarak 15 çeşit spor turizm türü mevcuttur. Bunlar arasında dağcılık yapılabilen 16, kar sporları yapılabilen 16, rafting yapılabilen 8, yamaç paraşütü yapılabilen 4, doğa yürüyüşü yapılabilen 31, kanyoning yapılabilen 10, diving yapılabilen 10 merkez belirlenmiştir (Erdem ve Girgin, 2008: 394).

İKİNCİ BÖLÜM

KIRSAL TURİZM VE KIRSAL TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Kırsal turizm yeni bir olgu değildir. Kırsal coğrafi ortamlar; doğal ve kültürel yapılarıyla, özellikle kent insanın giderek artan rekreasyon gereksinimine geçmişten günümüze cevap vermeye çalışmaktadırlar. 19.yy’da sanayileşmiş kentlerde kirlilikten ve stresten kaçmak için bir çıkış yolu olarak kırlarda dinlenme-eğlenceye karşı ilgi doğmuştur. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren insanlar kırsal bölgeleri canlandırmalarına rağmen, avlanma, ata binme vb. turistik faaliyetler günümüzde birkaç kırsal alanda veya kırsal alanda faaliyet gösteren işletmelerde sunulur hale gelmiştir. Kırsal turizmde tarımsal alanda yapılan birçok faaliyet ile kültürel, doğal ve diğer bazı çekiciliklerin kırsal alanlara para getirisi sağlama olanağı yaratmasıyla büyük önem kazanmıştır. Teknolojik gelişmeler, gelir seviyesinin yükselmesi ve boş zamanın artması gibi olumlu gelişmeler sayesinde kırsal turizme olan talepte artış göstermiştir. Günümüzde alternatif turizm türlerinin gelişmesiyle birlikte kırsal turizmle rekabet edebilecek turizm türleri gelişmesine rağmen, kırsal turizme olan talep sürekliliğini korumaktadır.

2.1. KIRSAL ALAN, KIRSAL KALKINMA, KIRSAL TURİZM VE TURİZM KAVRAMLARI

2.1.1. Kırsal Alan, Kırsal Kalkınma ve Turizm Kavramı

Kırsallık, düşük nüfus yoğunluğuna bağlı bir kavram olarak, geniş kırsal alanlarda genellikle nüfusu 10 bin kişinin altında olan küçük yerleşim birimleridir (Soykan, 2006: 72). Bu tanımda kırsal alanların 10 bin kişinin altında olan küçük yerleşimler olduğu görülmektedir. Ancak, Avustralya’da şehir yerleşimine bağlı olarak kırsal alanlarda yaşayan halkın nüfusu 100 bin’e ulaşabilmektedir (Douglas vd., 2001: 163). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) standartlarına göre nüfusu 20 bin’e kadar olan toplulukların yaşadığı alanlar kırsal turizm alanı sayılabilir. Günümüzde metropol çevresinde dahi kırsal alanların ya da köyden kente göç nedeniyle kentlerde kırsal bir yaşam sürdürülebildiği bilinmektedir. Bu nedenle, kırsal alanların nerede son erdiği veya kentin nerede başladığı kesin çizgilerle belirlemek oldukça zordur (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 9).

Turizm açısından kırsal alan; deniz merkezleri dışında kalan, kentsel yerleşimlerden uzakta, kırlara özgü doğal ve kültürel yapının korunduğu تنها, yapaylıkla tanışmamış (otantik) alan olarak tanımlanabilir. Şu ana kadar kırsal alan ile ilgili yapılan tanımlarda her ne kadar nüfus ön plana çıksa da kırsal alan başlıca üç konu ile yakından ilgilidir. Bunlardan birincisi; nüfus yoğunluğu ve yerleşme hacmi, ikincisi; alan kullanımı kapsamında kırsal alan ve orman kullanımında hakimiyet ve son olarak geleneksel sosyal yapı, toplum kimliği ve kültür konusudur (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 9). Nüfus yoğunluğu ve yerleşme hacmiyle ilgili tanımlamalara daha önce değinilmişti. Alan kullanımı açısından kırsal arazilerde çoğunlukla tarım ve ormancılık yapılmakta, buralarda eşsiz doğal güzellikler yer almaktadır. Toplum kimliği açısından toplum, geleneksel yapıdadır, geçmişin izleri oldukça güçlüdür (Soykan, 2006: 72). Bununla birlikte kırsal alanda yaşama ortamı ve ekonomik aktiviteler, önemli ölçüde doğal üretim kaynaklarının kullanım ve değerlendirilmesine bağlıdır. Ekonomik-toplumsal-kültürel gelişme süreci, göreceli olarak daha yavaş işler (Kiper, 2006: 20).

20. yüzyılın sonlarında Dünya’da meydana gelen ekonomik, siyasal, kültürel, teknolojik ve çevresel alandaki değişimler; kırsal alanların kalkındırılmasında, tarımsal kalkınma yanında kırsal sanayi ve kırsal turizm gibi diğer sektörleri içine alan çok yönlü bir yaklaşımı zorunlu kılmıştır (Kiper, 2006: 46). Kırsal kalkınmadaki temel amaç; temelde yerel potansiyel ve kaynakların değerlendirilmesini, doğal ve kültürel varlıkların korunmasını esas alarak, kırsal toplumun iş ve yaşam koşullarının kentsel alanlarla uyumlu olarak yöresinde geliştirilmesi ve sürdürülebilir kılınmasıdır (Devlet Planlama Teşkilatı [DPT] 2006). Kırsal kalkınma; kırsal alanlardaki yaşam koşullarını iyileştirmeye yönelik, kırsaldaki nüfusun kentsel alanlardaki ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik olanaklardan göç olgusunu yaşamalarına gerek olmaksızın, bulundukları yerde faydalanmalarını sağlamaya yönelik ekonomik ve sosyal politikalar bütünüdür (Cengiz, 2003: 42).

Kırsal alanların kalkındırılması turizm sektörünü de içine alan çok yönlü bir yaklaşımdır. Turizmin çok yönlü olma özelliği ve diğer etkinliklerle çok karmaşık bir etkileşim içinde olması, üzerinde herkesin hem fikir olduğu net bir tanım yapılmasını zorlaştırır. Bu nedenle turizmin bugün bile sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel ve diğer fonksiyonlarını içeren evrensel bir tanımı henüz geliştirilememiştir (Çeltek, 2004: 7). Günümüze kadar turizm için en çok söz edilen tanım OECD tarafından benimsenen tanımdır. Bu tanıma göre turizm; para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla yabancıların bir yerde konaklamalarından ve seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin bütünüdür. Daha

geniş bir ifadeyle turizm; insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerler dışında yerleşmemek ve ekonomik gelir elde etmemek koşuluyla dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık ve kültür, deneyim kazanma, akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılma, dini gerekleri yerine getirme vb. nedenlerle kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatlerden ve gittikleri yerlerde en az bir geceleme yaparak turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmelerinden ortaya çıkan iş ve ilişkiler bütünüdür (Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2003: 2).

2.1.2. Kırsal Turizm Kavramı

Kırsal turizm, sürdürülebilirlik yaklaşımlarından hareketle giderek daha fazla ilgi gören ve geliştirilen bir turizm çeşididir (Yağcı, 2003). Kırsal turizm çok yönlü bir kavram olduğundan tanımı zor olmakla birlikte en yaygın olan tanımlama şehir dışında gerçekleşen turizm hareketidir ki bu kavram kırsal turizm içeriğini tam olarak yansıtmaz (Molera, 2006: 758). Kırsal turizmde, doğal yaşam ve tarımsal değerlere duyulan ilgi asıl hareket noktasını oluşturmakla birlikte kırsal alana yönelik olarak yapılan aktiviteleri yöresel özelliklerden faydalananak zenginleştirmek mümkündür (A. Köroğlu ve Ö. Köroğlu, 2006: 234).

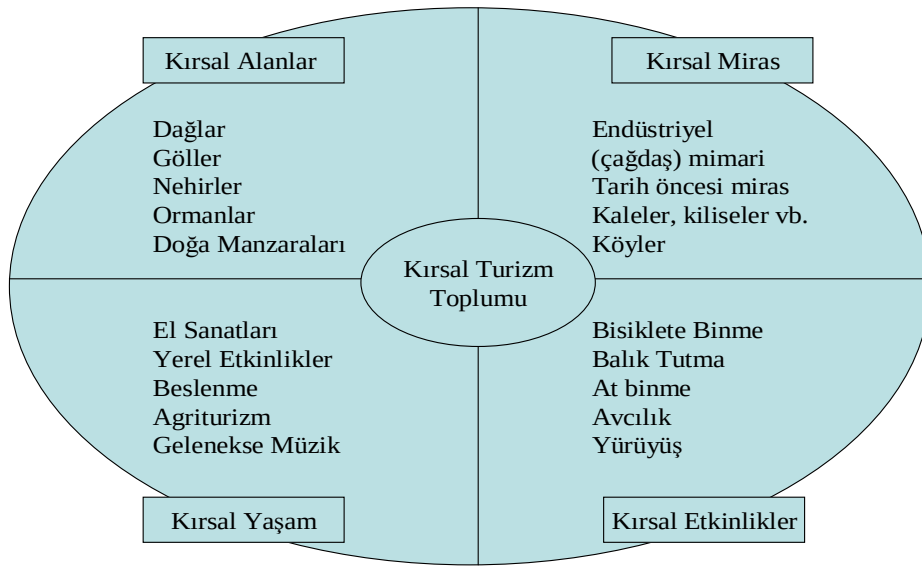
Douglas vd. (2001) kırsal turizm kavramına coğrafi ve demografik, ürüne ilişkin ve turistlerin deneyimlerine ilişkin olmak üzere üç farklı tanımlama getirmiştir. Kırsal turizmi coğrafi olarak, şehir dışında gerçekleştirilen ve genellikle personelin turizm hareketinin gerçekleştiği kırsal alandan karşılan turizm şekli olarak tanımlanabilir. Ürüne ilişkin tanımlamada ise kırsal turizm, kırsal çekim yerinde yer alan veya sunulan doğal ve kültürel güzellikler, faaliyetler ve diğer değerlerin birleşimiyle oluşan turizm şeklidir. Turistin deneyimine ilişkin tanımda ise şehir dışında piknik yapmak, bir çiftlikte bizzat çalışarak o yaşamı deneyimlemek veya bir koyunun kırılmasını izlemek gibi farklı turistik deneyimler arayan turistlerin gerçekleştirdiği turizm seyahat şeklidir.

Devlet Planlama Teşkilatı'nın (2007-2013) Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda yapmış olduğu tanımlamaya göre kırsal turizm; kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşime gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür (DPT, 2006). Kırsal turizm Avrupa Birliği tarafından yapılan çalışmalarda ise; "amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça vakit geçirmek olan turistlere, beklentileri

doğrultusunda konaklama, yiyecek içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür.” şeklinde tanımlanmıştır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 12).

Dünya turizm literatürü incelendiğinde ise uzmanlar tarafından kırsal turizmin; çiftlik turizmi (farm tourism), köy turizmi (farm tourism), yayla turizmi (highland tourism), tarımsal turizm (agri-tourism), eko-turizm ve alternatif turizm gibi farklı isimlerle ve farklı tanımlarla ifade edildiği görülür. Bunun nedeni ise, uzmanlar arasında kırsal turizmin kapsamı konusunda ortak bir görüşe sahip olunmaması ve tüm ülkeler ve tüm kırsal bölgeler için kırsal turizmin tanımının yapılmasının zor olmasıdır (A. Köroğlu ve Ö. Köroğlu, 2006: 235). Kırsal turizm kavramını bir kavram olarak algılanabilmesi için bazı bileşenler öne sürülmüştür. Kırsal turizmin bileşenleri Şekil.2.1.’de gösterilmektedir. Bu bileşenler; kırsal alanlar, kırsal miras, kırsal yaşam ve kırsal etkinliklerdir.

Şekil 2.1. Kırsal Turizm Bileşenleri



Kaynak: Soykan, Füsun, (2006), “Avrupa’da Kırsal Turizme Bakış Açısı ve Kazanılan Deneyim”, **II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, (20-22 Nisan 2006), Bildiriler Kitabı**, Balıkesir, s. 73.

Kırsal alanlar, dağlar, göller, nehirler, ormanlar ve doğa manzaraları, kırsal miras; endüstriyel (çağdaş) mimari, tarih öncesi miras, kaleler, kiliseler ve köyler, kırsal yaşam; el sanatları, yerel etkinlikler, beslenme, agri-turizm ve geleneksel müzik, kırsal etkinlikler; bisiklete binme, balık tutma, at binme, avcılık ve yürüyüş gibi bileşenlerden oluşur. Kırsal turizm, bu bileşenlerin toplamından oluşmaktadır.

2.1.3. Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi

Son zamanlarda kırsal kalkınma uzmanları tarafından kırsal turizm, kırsal alanların kalkındırılmasında yeni bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (A. Köroğlu ve Ö. Köroğlu, 2006: 236). Özellikle ülkemizde kırsal kalkınma denince uzun yıllar hemen akla tarımsal kalkınma gelmiş ve çalışmalar bu konu üzerinde yoğunlaştırılmıştır. Bu yüzden de kırsal alanların kalkındırılmasına yönelik hazırlanan projeler kırsal kesimde yaşayan halkın beklentisine yeterince cevap verememiştir. Bunun nedeni olarak da kırsal turizme yeterince ağırlık verilmemesi gösterilmektedir. Çünkü, kırsal alanların kalkındırılması tarım, sanayi ve turizm gibi hizmet sektörlerinin dengeli bir şekilde geliştirilmesi ile başarılabilir (Çeltek, 2004: 7). Kırsal kalkınmada kırsal turizme ihtiyaç duyulmasının nedenleri arasında şunlar gösterilebilir (Soykan, 2006: 73-74):

- Kırsal alanlarda geleneksel işlerin korunması son derece önemlidir. Çünkü bunların bazıları oraya özgü olup, yok olma aşamasına gelmişlerdir.
- Kırsal turizm sırasında pek çok yeni iş yaratılabilir.
- Kırlarda turizmin gelişmesi çeşitlendirmeyi desteklediğinden çoklu entegre aktiviteler doğar.
- Kırsal alanlarda hizmetlerin korunması esastır: Kırsal turizm, bilgilendirme, ulaşırma vb. hizmetlerin gelişmesine katkı sağlar.
- Çiftçilere destek, devlet organları tarafından her zaman tarım içeriğinde verilir, başka destek unsurları aranır.
- Kırlarda az nüfuslu küçük yerleşmeler, canlılığı kaybetme tehlikesi taşır, çünkü hizmet götürülmesi zordur.
- Kırsal el sanatları, ülkelerin ve bölgelerin kültürel mirasında öncelikli ve önemli bir yere sahiptir.
- Kültürel hizmetler kırsal bölgelerde her zaman geri kalmıştır.

- Kırsal turizmde tarihsel yapılardan (eski kiliseler, şatolar, çiftlik binaları, evler) çeşitli şekillerde (müze, el sanatları merkezi, konaklama evi, vb.) yararlanmak mümkündür.
- Kırsal çevrenin iyileştirilmesi ve sağlıklı hale getirilmesine (köy yollarını onarmak gibi) her zaman ihtiyaç vardır.
- Kırsal toplumlarda eskiden kadının rolü oldukça sınırlı olmasına rağmen günümüzde önemli roller almaya hazırdır.
- Yeni fikirler ve yeni girişimler, kırsal toplumların gelişmesini desteklemek için kaçınılmazdır.

Kırsal alanların, sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel yönde kalkındırılmasında kırsal turizmin önemli etkilerinin olacağı göz ardı edilmemelidir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 10). Devlet Planlama Teşkilatı'nın 2006 yılında yayınlamış olduğu 2007-2013 Dokuzuncu Kalkınma planında Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyelik sürecinde 2001-2023 döneminin kapsayan Uzun Vadeli Geliştirme Stratejisi kapsamında "Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi" geliştirilmiştir. Bu strateji belgesiyle; yerel kaynaklara dayalı olarak kırsal ekonominin rekabet gücünün yükseltilmesi, iş ve gelir imkanlarının artırılması, insan kaynaklarının ve örgütlenme düzeyinin geliştirilmesi, fiziki ve sosyal altyapı hizmetlerinin yaygınlaştırılması, etkinleştirilmesi ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ve kırsal çevrenin, doğal ve kültürel varlıkların korunarak geliştirilmesi suretiyle kırsal toplumun refahının artırılması hedeflenmektedir (DPT, 2006). Bu bağlamda, Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi'nde kırsal alanların kalkındırılmasına yönelik olarak birçok sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel faktör yer almaktadır.

Avrupa Birliği de, SPARD (Tarım ve Kırsal Kalkınma için Özel Katılım Programı) kapsamında, kırsal kalkınma tedbirleri olarak "Çevre koruma ve sürdürülebilir kırsal kalkınmaya yönelik üretim yöntemlerinin geliştirilmesi, alternatif gelir imkanları yaratma, ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve köylerin yenilenmesi, geliştirilmesi ve kırsal mirasın korunması" gibi maddeleri kabul etmiştir. 2007 yılında AB (Avrupa Birliği) komisyonu tarafından Türkiye ve diğer yeni aday ülkeler için geliştirilmesi planlanan ve SPARD (Tarım ve Kırsal Kalkınma için Özel Katılım Programı) benzeri olmasa muhtemel IPARD (Katılım Öncesi Mali Araç Kırsal Kalkınma Birleşeni) programının kırsal kalkınma tedbirleri kapsamında da yine kırsal bölgelerde ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi öngörülmektedir. Bu kapsamda yapılabilecek faaliyetler içerisinde ilk olarak kırsal turizm yerini almıştır (Kiper, 2006: 47).

Kırsal alanların sosyokültürel, ekonomik ve çevresel yönden kalkındırılmasında kırsal turizmin olası etkileri şu şekilde sıralanabilir (A. Köroğlu ve Ö. Köroğlu, 2006: 238):

- Kırsal turizmin yaygınlaşması ile kırsal alanlara götürülecek altyapı, sağlık ve eğitim gibi hizmetlerin kalite ve sayısında önemli miktarlarda artışlar görülebilecektir.
- Kırsal turizmin gelişmesi ile kırsal yöredeki kadınların aile içersindeki rollerinin değişmesi ve kadının çalışma yaşamına daha aktif olarak katılması kolay ve hızlı olabilecektir.
- Gelecekte turistlerin çevreye daha duyarlı olacakları dikkate alınarak kırsal alanlarda yeni bina inşa etmektense, restore çalışmaları ile geleneksel mimari tarz korunarak çevrenin peyzaj açısından daha planlı ve düzenli olması sağlanabilir.
- Kent insanının kırsal hayatı yerinde görmesi sonucu kırsal hane halkının problemlerinin fark edilmesi ve çözüme kavuşturulması sağlanabilir.
- Kırsal alanlardaki kırsal turizm açısından gelir getirecek potansiyeller arasında yer alan doğal, (örneğin, anıt ağaçlar, yaylalar, şelaleler, mağaralar gibi) ve arkeolojik değerlere verilen önem daha da artacaktır. Ayrıca biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunulacaktır.
- Kentte yaşayan insanların kırsal alanları ziyareti sonucu her iki kesim arasında bilgi akışı olabilir. Bunun sonucunda kırsal alandaki halk için yeni şeylerin öğrenilmesi, yeni insanlar tanıma ve dışa açılma; turistler için ise kırsal aile ile birlikte yaşama, yeni dost edinme ve farklı hayat görüşüne sahip olma gibi faydalar sağlayabilir.
- Dağlık bölgeler gibi tarımsal üretim yapılacak arazi açısından marjinal sınırlara ulaşmış alanlarda yaşayan kırsal halka yeni iş olanakları yaratarak kırdan kente göçün önlenmesi ve yerinde istihdam sağlanabilir.
- Kırsal turizm yoluyla gerek tarımla uğraşan ve gerekse uğraşmayan kırsal alandaki hane halkına ek gelir sağlanabilir.
- Kırsal turizm aktivitesi içerisinde köy düğünleri, yöresel el sanatları, yemekler ve sporlar (deve ve boğa güreşleri) gibi faaliyetlerin yer alması kırsal ekonominin geliştirilmesinin yanı sıra bölgenin tanıtılması açısından büyük önem taşır.

Kırsal turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel yönden yöreye sağlayacağı pek çok yararının yanında iyi organize edilmemesi ve iyi kontrol edilmemesi halinde aşırı doğal kaynak kullanımı, doğal alanların, tarihsel değerlerin, yöresel özelliklerin tahrip edilmesi gibi

olumsuz çevresel etkileri de vardır. Bunun nedeni, kırsal turizm bölgelerinin hassas ekosistemler olması ve bu bölgelerde yapılacak herhangi bir turizm hareketinin doğal kaynakların yok edilmesi hatta çevre kirliliğinin yaratılmasına sebebiyet verebilmesidir. Yerel halk ise, turizmin olumlu ve olumsuz sonuçlarından en fazla etkilenecek ve en fazla kaybedebilecek kesimdir. Bu nedenle yerel halkın bölgelerinde gelişen turizmin yol açacağı etkiler konusunda önceden bilgilendirilmesi ve turizm gelişimini resmen kabul etmiş olmaları gerekir (A. Köroğlu ve Ö. Köroğlu, 2006 : 238).

2.1.4. Kırsal Turizm ve Kırsal Alan İlişkisi

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne (WTTC) göre bir turizm faaliyetinin kırsal turizm olarak kabul edilebilmesi için; faaliyetin kırsal alanda olması ve kırsal alandaki yeşil dokunun sürdürülebilirlik temelinde korunmuş olması gereklidir. Buna göre kırsal turizm bölgeye özgü çevre değerlerini önemsemelidir (Kiper, 2006: 36).

Son yıllarda da, kırsal alanlara yönelik yeni fırsatlar ortaya çıkmıştır. Doğa ve peyzajın korunmasına, tarihi binalara ve geleneksel kırsal toplumlara verilen önem artmıştır. Şehir hayatının olumsuzluklarından dolayı doğal ve kırsal alanlara doğru başlayan akım neticesinde turizm pazarı kırsal alanlara ve kırsal aktivitelere yönelmiştir (Soykan, 2000: 21).

Sürdürülebilirlik açısından başarılı bir turizm faaliyeti için temiz ve düzenli çevreye ihtiyaç vardır (Kiper, 2006: 34). Bütün kırsal bölgelerin turistik gelişmeye açılması mümkün değildir. Bazı bölgeler kırsal turizm için önemli avantajlara sahiptir. Ancak bu avantajlar, turizm sektörünün dinamik yapısı, moda olgusu, zaman faktörü ve bölgesel farklılıklar nedeniyle bugünden yarına değişebilir (Soykan, 2006: 74). Herhangi bir kırsal alanda, kırsal turizmin geliştirilmesi düşünüldüğünde o yerin; su kaynakları yeterli ve kaliteli olmalı, ulaşımı kolay olmalı ve ulaşım olanakları çeşitli olmalı, konaklama kapasitesi yeterli olmalı, geleneklerini korumuş olmalı, tarihi ve kültürel değerler bulunmalı ve korunmuş olmalı, doğal güzellikler korunmuş olmalı, alt yapı hizmetleri tamamlanmış olmalı, yerel halk turizmi kabullenmiş olmalı, hizmetler belirli standartta olmalı, yakın çevre gezileri için olanaklar ve alternatifler yer almalı, tanıtım yetkili kişiler tarafından doğru kitlelere ve zamanında yapılmalıdır. Kırsal turizmin başarısı açısından yörenin bu özelliklerden en az birkaçına sahip olması gerekir (Kiper, 2006: 35). Bu özelliklerin dışında kırsal turizmin gelişmesi açısından

turizm girişimcilerini kırsal alanlara çeken faktörlerde vardır. Bu faktörler şunlardır (Soykan, 2006: 74):

1. Peyzajın ilgi çekiciliği (dağlar, akarsular, göller, ormanlar, kıyılar, adalar, bataklıklar),
2. Yabani hayvanlar,
3. Kültürel miras (köyler, kasabalar, sit alanları, yapılar, etnik yapı vb.)
4. Sportif olanaklar (av, doğa yürüyüşü, kayak, balıkçılık vb.)
5. Yüksek müşteri potansiyeli (Herkes hitap etmesi),
6. Yönetim, ticarileştirme (turistik ürün hazırlama) ve tanıtım konularında artan çalışmalar, yenilikler.

Ülkeler, doğal güzelliklerini, kıyılarını, denizlerini, tarihsel ve kültürel değerlerini, hatta kendilerini pazarlayarak kırsal coğrafi ortamların ayrılmaz birer parçası olan kırsal yerleşmelerini de turizmde değerlendirmeye çalışırlar. Bu ülkelerin bazıları, kıyılardaki yoğun baskıyı azaltmak üzere kırsal turizme yönelirken, bazıları da iç göçü önlemede ve bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarını azaltmada bu turizm türüne başvurmakta, bir kısmı ise turizme sunabilecekleri ortamların sınırlı olması nedeniyle gelir getiren yeni bir kaynak olarak kırsal turizmi benimsemektedirler (Çeltek, 2004: 8).

2.2. KIRSAL TURİZMİN ETKİLERİ, ÖZELLİKLERİ, SORUNLARI VE PRENSİPLERİ

2.2.1. Kırsal Turizmin Etkileri

Kırsal turizm, hem kırsal yerleşimler hem de doğal kaynaklara dayalı bir turizm türü olduğundan doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilir turizm açısından önemli katkılarda bulunur ayrıca yerel bölgenin ekonomik olarak gelişmesine ve orda yaşayan insanlar açısından istihdam olanağı yaratır (Macdonald ve Jolliffe: 2003: 307). Bunun yanında özellikle kırsal alanların problemi olarak belirtilen ulaşım ve tanıtımın yetersizliği gibi problemlere de ekonomik olarak katkı sağlaması dolayısıyla çekim yerindeki alt ve üst yapı olanaklarının gelişmesine de katkıda bulunur. Ayrıca, diğer birçok turizm dalı gibi diğer sektörlerin gelişmesine katkıda bulunur, kültürel değerlerin sürdürülmesi açısından sosyal altyapıyı da destekler (Douglas vd., 2001: 164). Kırsal turizmin bunun yanında dışarıya göçün yavaşlaması, kadın istihdamın arttırması gibi birçok etkisi de vardır. Kırsal turizmin

ekosistem açısından çevre tehdidi oluşturmak, kırsal toplumun sosyo-kültürel yapısını bozmak gibi olumsuz etkileri de bulunabilir (Soykan, 2006: 75). Kırsal turizmin etkilerini genel olarak ekonomik, sosyo-kültürel ve fiziksel çevre üzerindeki etkileri olmak üzere üç başlık altında toplanabilir.

2.2.1.1. Kırsal Turizmin Ekonomik Etkileri: Kırsal turizmde, turizm harcamalarının ekonomi içindeki değeri ya da etkileri, içinde yer aldığı ekonominin yapısına, paranın dolaşım hızına, kişilerin tüketim ve tasarruf eğilimlerine bağlıdır (Çeltek ve Ahıpaşaoğlu, 2006: 67). İngiltere’de yapılan bir araştırmaya göre İngiltere’deki dört kırsal bölgeyi ziyaret eden ziyaretçilerin yaptığı harcamaların %44’ü yerel ekonomide kalmaktadır (Tchetcik, Fleischer ve Finkelshtain, 2006: 7). Ülkemizde ise Nevşehir’in Ortahisar bölgesindeki Kızılçukur vadisinde kırsal turizm kapsamında gün doğumu ve gün batımı izlemek için çok uygun bir yer olmasından dolayı yerel idarenin yapmış olduğu gezilere yaklaşık 30.000 bin turist katılmakta ve turist başına 1,5 dolar kazanılmaktadır (Akça, 2006: 2838). Ülke ekonomisi açısından kırsal turizm, bir kazanç kaynağı olmak ve döviz girdisi sağlamakla birlikte bölgeler arası dengesizliğin giderilmesi, gelişmekte olan ülkelerde yeni iş ve meslek alanlarının açılması sayesinde işsizliğin azaltılması, tarım, ulaştırma, hizmetler ve turizmle ilgili ticari faaliyetlerin canlılık kazanması açısından da büyük öneme sahiptir (Ahıpaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 67-68). Kırsal turizmin şu gibi olumlu ekonomik etkileri vardır;

- **Yöre Halkına Gelir Sağlama:** Kırsal turizm, yöre insanına kente göç etmeden kentsel standartları yakalama olanağı sağlarlar. Yöre insanları, hem hizmet hem de mal satışından aracısız karlar sağlayarak yaşam düzeylerini yükseltebilirler (Demircioğlu, 1993: 9).

- **Kırsal Yöredeki Kadının İstihdamı:** Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte kırsal alandaki kadınların aile içerisindeki rollerinin değişir ve kadının çalışma ortamına daha aktif olarak katılma olanağı ortaya çıkar (Kiper, 2006: 48).

- **Köyden Kente Göçü Önleme ve İstihdam Yaratma:** Türkiye de kırsal alanda yaşayan nüfus giderek azalmakta, kırdan kente göç olayı tüm ağırlığı ile yaşanmaktadır (Çeltek, 2004: 41). Özellikle dağlık bölgelerin nüfus kaybetmeleri sorununa Avrupa kırsal turizm ile çare aramaktadır (Kiper, 2006: 48). Kırdan göçün önlenmesi, kırsal kesimdeki

yaşam koşullarının iyileştirilmesi, yeterli ve adil bir gelir dağılımının sağlanması ile mümkündür (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 69). Kırsal turizm bu bağlamda kırsal topluma değişik kaynaklardan gelir yaratmakla birlikte birtakım ekonomik ve toplumsal sorunlara çözüm yaratmaktadır. En başta da yeni işlerin yaratılması ile işsizlik azalmakta ve dışarıya göç durmaktadır (Kiper, 2006: 48).

- **Turizm Sezonunu Uzatma ve Diğer Turizm Türlerini Canlandırma:** Kırsal turizmin diğer turizm türleriyle entegre olabilme gücü sayesinde diğer turizm türlerine dinamizm verir, turizm sezonunu uzatır, değişik ve bilinçli turist gruplarından talep yaratarak pazarımızın gelişmesine katkıda bulunur (Soykan, 1999: 67).

- **Diğer Sektörleri Canlandırma:** Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte diğer ürün ve hizmetlere olan talepte artacaktır (Haldar, 2007: 123). Örneğin; tarım ürünlerine ek talep doğacağından, tarım üreticileri için ek piyasa doğması gelir artışı sağlayacaktır. Kırsal yörelerde el ve ev sanatlarının gelişmesiyle, esnaf ve sanatkar sayısı artacak bu da ek gelirler sağlayacaktır. Yeni konaklama, yeme-içme vb. tesislerin açılmasıyla inşaat sektörü gelişeceği için ona bağlı yan sektörler ve gelirleri artacaktır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 69- 70). Yine yöre yakınındaki küçük yerleşim birimlerinde turizme dayalı sanayi gelişecek bu da dolaylı olarak istihdamı artıracaktır (Demircioğlu, 1993: 9).

- **Kırsal Yörenin Tanıtımı:** Kırsal turizm aktivitesi içerisinde köy düğünleri, yöresel el sanatları, yemekler, sporlar (deve ve boğa güreşleri) gibi faaliyetlerin yer alması bölgenin tanıtılması açısından büyük fayda sağlar (Kiper, 2006: 48).

- **Gelir Yaratıcı Etki:** Turizmin bir tüketim olayı olma özelliğinden kaynaklanan harcama ve gelir akımı, turistlerin sürekli yerden ayrılmalarıyla başlar, tüm konaklama süresince devam eder ve yaşadıkları yere geri döndüklerinde sona erer (Çeltek, 2004: 42). Kırsal turizmin bu süreçte yarattığı gelir hem yöre halkına, hem yöredeki işletmeciye hem de ülke ekonomisine büyük katkı sağlar. Kırsal turizmin gelişmesi yörenin gelir seviyesine doğrudan etki edecektir. Yöreye turistlerin çekilmesiyle turizmle doğrudan ve dolaylı olan tüm işletmelere döviz girdisi sağlayacak bu işletmelere doğrudan gelir sağlamakla birlikte dövizin bozulmasıyla ek gelir yaratılacaktır. Bunun yanında kırsal turizmin etkisiyle konaklama fiyatlarının artması işletmelerin gelirini arttıracaktır. Yine kırsal turizmden yararlanan

işletmelerin ödeyeceği vergi ve döviz girdisi ülke ekonomisine büyük katkı sağlayacaktır (Haldar, 2007: 123-124).

- **Yatırımların Artması:** Turizm talebinin artmaya başlaması, ülkedeki özel girişimcileri ve devleti ek yatırımlar yaparak, turizm talebini karşılama yoluna sevk eder. Bu ek yatırımlar, aynı zamanda turizm sektörü için ek kapasite anlamına gelir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 70).

- **Yerel Beşeri ve Ekonomik Olanakların Artması:** Kırsal turizm sayesinde yerel halkın gelirinin artmasıyla sağlık ve eğitim gibi olanaklarda artacaktır. Bunun yanında ulaştırma araçlarının, tarım araçların ve diğer yerel faaliyetlerin gelişmesini sağlayacaktır (Haldar, 2007: 121).

Kırsal turizm, bir kırsal bölgede geliştiğinde, olumlu etkileri yanında olumsuz etkilerde yaratabilir, dolayısıyla, kırsal turizmi bir yerde başlatmak kadar, sürdürülebilirliğini sağlamak da o denli önem taşır (Soykan, 2006: 75). Kırsal turizmin şu gibi olumsuz ekonomik etkileri vardır;

- **Yabancı Sermaye Girişi:** Turizm kesiminde yabancı sermayenin döviz getirici özelliği, yatırımcı ve işletmeci olarak getireceği yenilikler, istihdam yaratıcılığı, yurt dışında pazarı kolaylıkla bulabilmesi açısından yararları çoktur (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 70). Ancak, bazı yerlerde dış yatırımcı oranı %80'lere kadar çıkabilir, bu da yerli yatırımcılar açısından sorun teşkil eder (Soykan, 2006: 75). Yabancı sermaye tekelleştiğinde, yöre halkı ve kırsal kalkınma için de çok faydalı değildir. Bu bağlamda, yabancı sermaye yatırımları denetlenmeli, yatırımlar yöre halkın katılımını ve karlılığını göz önünde bulundurarak yapılmalıdır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 70).

- **Enflasyonun Artması:** Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte yörede sunulan mal ve hizmetlere olan talep artacaktır. Bunun yanında kırsal turizmin geliştiği yerde arazi ve konut fiyatları artış gösterecek konaklama olanakları yetersiz kalabilecek bu da enflasyonist etkiye neden olacaktır. Aynı zamanda lüks ürünlere talebin artacağı, el sanatları ile tarımsal ürünler arasındaki rekabet sonucu bu ürünlerin düşük fiyattan satılacağı düşünülebilir (Haldar, 2007: 122).

- **Sermaye Akımı:** Kırsal alanlara yatırım yapan otel, tatil köyü, acenta sahiplerinin çoğu kentsel alanlardan geldikleri için elde edilen ekonomik kazancın da bu alanlara kaymasına neden olurlar (Halдар, 2007: 122). Kırsal turizmden sağlanan gelir, yerli halka bu geliri tarım dışı hatta o yöre dışında değerlendirme şansı yaratır o da başka sektörlerle sermaye akımını kuvvetlendirir ve kırsal turizmi yöreyi kalkındırma amacından uzaklaştırabilir (Morgül, 2006: 70). Yabancı sermaye açısından düşündüğümüzde ise bu kazancı ülke dışına çıkabileceğini söyleyebiliriz.

- **Dışarıdan İstihdam:** Kırsal alanlarda sınırlı işgücünün olması ve buradaki işgücünün yeterli bilgiye sahip olmaması durumunda kentsel alanlardan istihdam sağlanır (Halдар, 2007: 122).

- **Dışalım Eğilimdeki Artış:** Kırsal turizm kapsamında tüketilen ürünlerin çoğu yerel olarak üretilmez dışarıdan ithal edilir (Halдар, 2007: 122). İthal ürünlerin kullanılmasıyla birlikte dış alım eğilimdeki artışını doğrudan etkilenerek gelirin dış ülkelere kaymasına neden olur.

- **Sezonluk ve Yarı Zamanlı İstihdam:** Kırsal turizmin olumsuz etkileri arasında yarı zamanlı, sezonluk veya küçük dereceli iş alanları yaratması da yer almaktadır (Kiper, 2006: 55).

2.2.1.2. Kırsal Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Etkileri: Kırsal turizm özellikle son yıllarda önemli bir kavram haline gelen sürdürülebilir turizm açısından doğaya zarar verilmeden gerçekleştirilmesi dolayısıyla artan potansiyele sahiptir (Albacate-Saez, Fuentes-Fuentes, Llore'ns-Montes, 2006: 48). Kırsal turizm, hem kırsal yerleşimler hem de doğal kaynaklara dayalı bir turizm türü olduğundan doğal çevrenin korunması önemli katkılarda bulunur (Macdonald ve Jolliffe: 2003: 309). Kırsal turizmin doğal çevre üzerindeki olumlu etkileri şu şekilde sıralanabilir:

- **Altyapı ve Üstyapının İyileşmesi:** Kırsal turizm, kırsal alanların problemi olarak belirtilen ulaşım ve tanıtımın yetersizliği gibi problemlere de ekonomik olarak katkı dolayısıyla çekim yerindeki alt ve üst yapı olanaklarının gelişmesine de katkıda bulunur (Douglas vd., 2001: 165).

- **Çevresel Kirliliği Azaltma ve Çevresel Girişimlere Önderlik Etme:** Turizm ve çevre ortak bir ilişkiyi simgeleyen kavramlardır. Başarılı bir turizm faaliyetinin gerçekleşmesi için temiz ve düzenli bir ihtiyaç vardır. Çevre bir turizm kaynağı olma özelliği taşıırken, turizmin var olması için çevrenin yaşaması gerektiği, doğanın ve çevrenin aleyhine gelişen bir turizmin kendi kaynağını tüketeceği açıktır (Kiper, 2006: 34). Kırsal yörelerin turizme açılmasıyla doğal çevrenin turistik amaçlı olarak korunması dolayısıyla çevresel kirlilik azalacak ve yöre halkının bilinçlendirilmesi durumunda turizmin gereği olarak kirli bir çevrenin turizme açılmayacağı gerçeğini öğrenerek çevreyi korumanın doğrudan uygulayıcısı olacaklardır (Demircioğlu, 1993: 9-10). Kırsal turizm aynı zamanda çevresel girişimlere de önderlik eder (Kiper, 2006: 36). Doğanın korunması kırsal turizm dolayısıyla birçok devlet tarafından bir hedef olarak ilan edilmiştir (Soykan, 2006: 77). Ülkemizde bu konuyla ilgili olarak 2007-2013 kalkınmada belirtilen “Ulusal Kalkınma Stratejisi” nde kırsal çevrenin korunması ve geliştirilmesi stratejik amaç olarak hedeflenmektedir. Bu amaç doğrultusunda çevreci tarım uygulamalarının geliştirilmesi, orman ekosistemlerinin korunması ve orman kaynaklarının sürdürülebilir kullanımının sağlanması ve korunan alanların yönetimi ve geliştirilmesi öngörülmektedir (DPT, 2006).

- **Restorasyon Çalışmalarının Artması:** Kırsal turizmde tarihsel yapılardan yararlanıldığından kırsal çevrenin iyileştirilmesi ve sağlıklı hale getirilmesine sürekli ihtiyaç vardır (Soykan, 2006: 75). Yatırımların uyarıcı etkisi, turizmden kazanılan gelirler sonucu kaynakların devamının sağlanması amacıyla restorasyon çalışmaları yapılmakta sürdürülebilir turizm politikalarının kabul görmesi sonucu doğal çevre koruma altına alınmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 74).

Kırsal turizmin fiziksel çevreye pek çok yararı olmasına karşın iyi organize edilmemesi ve iyi kontrol edilmemesi halinde aşırı doğal kaynak kullanımı, doğal alanların, tarihsel değerlerin, yöresel özelliklerin tahrip edilmesi gibi olumsuz çevresel etkileri de olabilir. Bunun nedeni, kırsal turizm bölgelerinin hassas ekosistemler olması ve bu bölgelerde yapılacak herhangi bir turizm hareketinin doğal kaynakların yok edilmesi hatta çevre kirliliğinin yaratılmasına sebebiyet verebilmesidir (Kiper, 2006: 36). Kırsal turizmin fiziksel çevre üzerindeki olumsuz etkileri arasında şunlar gösterilebilir:

- **Çevre Kirliliği:** Kırsal turizm alt yapı ve üst yapıya katkı sağlaması yanında alt yapının ve üst yapının değişmesi doğal güzelliğin bozulmasına neden olabilir. Kırsal turizmin

gelişmesiyle aşırı ziyaretçinin olması ve yapılanmanın da artması doğal manzaranın gürültü ve görsellik açısından bozulmasına neden olur. Diğer yandan, yöreyi ziyaret eden turistler tarafından gerçekleştirilen yürüyüş, tırmanma, kamp gibi turistik aktiviteler çevre kirliliğine neden olabilmektedir (Haldar, 2007: 122).

- **Ekosistemin Bozulması:** Kırsal turizm hassas doğal çevrelerde, her zaman ekosistem için bir risk faktörüdür (Soykan, 2006: 75). Kırsal turizm, yerel biyolojik çeşitliliği etkileyebilmektedir (Kiper, 2006: 36). Özellikle, kırsal turizm kapsamında yapılan av gibi turistik aktiviteler vahşi canlı yaşamı için risk oluşturmaktadır (Haldar, 2007: 122).

2.2.1.3. Kırsal Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri: Turizmin birçok olumsuz etkisi olmasına rağmen sağladığı gelir dolayısıyla kırsal toplumun tarımdan kazanacağı gelirden çok daha fazla gelir sağlamasından dolayı turizm kırsal toplum tarafından çabuk kabul görmüştür. Ancak, kırsal toplum üzerinde olan etkileri oldukça büyük olduğu ve kırsal turizmin kırsal toplumun lehine yarar sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerektiği fark edilmiştir. Turizm iyi planlanmadığı takdirde yerel halk yabancı ziyaretçilerin kendi değerlerinden etkilenebilir ve kırsal toplumun kültürünü etkileyebilir. Kentsel alanlardaki turizm çekim yerlerinde var olan yüksek standartların kırsal alanlara taşınması sonucunda demografik yapının değişmesine ve kültür şoklarına neden olabilmektedir (Haldar, 2007: 123). Sosyo- kültürel etkiler de, değer sistemlerinde, kişisel davranışlarda, aile ilişkilerinde, ortak hayat tarzlarında, güvenlik düzeyinde, ahlak kurallarında, geleneksel törenlerde ve toplum örgütlenmesindeki değişimlere turizmin etkide bulunduğu yollardır. Kırsal turizm de bireyler ve toplum üzerinde çeşitli sosyo-kültürel etkiler yaratır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 74). Kırsal turizmin kırsal toplumun sosyo-kültürel etkilerin üzerindeki olumlu etkileri arasında şunlar gösterilebilir;

- **Kültür Etkileşimi:** Turistler gittikleri yöredeki yaşam biçiminden, yöre halkı da turistlerin yaşam biçiminden etkilenmekte, bu durum yöre halkının yaşam biçiminin değişmesi ile sonuçlanabilmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 75). Bu etkileşimin yöre halkı açısından modern kültürü öğrenme, modern toplumda bulunan bazı farklı uygulamaların kendilerine adapte etme gibi olumlu etkileri vardır (Haldar, 2007: 123).

- **Toplulukların Görünümünü Değiştirme:** Yöre halkı ve turistler arasındaki etkileşim özellikle aile kurumu üzerinde etkili olur. Erdek'te yapılan bir araştırmada evlerin pansiyon olarak turizme açan aile reislerinin %70'inin çocukları ile turist çocuklarının

arkadaşlık etmelerinin yararlı olması, görgünün artması ve yeni şeyler öğrenme nedeni ile olumlu buldukları, turistlerin; aile ile birlikte yaşamının kendilerine insan tanıma, dost edinme, giyim kuşam öğrenme vb. yararlar sağladığını düşündükleri belirlenmiştir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 75). Kırsal turizmin aile üzerindeki diğer bir etkisi olarak; kırsal yörenin turizme açılması ile birçok ailenin kendi girişimcilik yeteneklerini geliştirerek kazanç sağlama yoluna gittiği aynı zamanda bölgenin tanıtımına da katkı sağladığı belirlenmiştir (Kiper, 2006: 37).

- **Kırsal Kadının Öneminin Artması:** Kırsal toplumlarda eskiden kadının rolünün oldukça sınırlı olmasına rağmen günümüzde önemli roller almaya hazırdır (Soykan, 2006: 74). Kırsal turizmde verilen hizmetlerin ve sürdürülen etkinliklerin günlük yaşantının bir parçası olması, kadın emeğine ihtiyaç duyulmasını da beraberinde getirir. Çünkü aile işletmeciliği çerçevesinde; mutfak, temizlik, konuk ağırlama, satış yapma ve el becerisi gibi ürünleri hazırlama gibi konularda kadın başrolde olmuştur. İzmir'in Selçuk ilçesindeki Şirince Köyü'nde kadınlar; kendi el örgü işlerini ve yerel ürünleri satmakta, pansiyonculuk ve restoran işlerini yürütmektedirler (Soykan, 2002: 156).

- **El Sanatlarına Verilen Önemin Artması:** Kırsal el sanatları ülkelerin ve bölgelerin kültürel mirasında öncelikli ve önemli yeri bulunmaktadır (Soykan, 2006: 74). Hediyelik ve hatıra eşyalarının, turistlerin daha fazla döviz bırakmalarını sağlamak ve izlenimlerini canlı tutmak ve görüldükleri yerlerde yöreyi tanıtmak gibi fonksiyonları vardır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 76).

- **Kültürü Koruma:** Kırsal alanlarda geleneksel işlerin korunması son derece önemlidir, çünkü bunların bazıları yalnızca oraya özgü olup, yok olma aşamasına gelmişlerdir (Soykan, 2006: 73). Kırsal turizm kapsamında yerel halkın kültürünü keşfetmek isteyen turist, bunu kırsal turizmde gayet iyi yakalayabilir. Turistin önem verdiklerini, şimdiye kadar farkında olmayan ve önemsemeyen halk, bu takdirde bilinçlenerek kültürü korumayı ve sahiplenmeyi öğrenir. Bu sayede, Türkiye'nin kır kültürünün zenginliği göz önüne alındığında, birçok unutulmakta olan değerler (başta el sanatları) kırsal turizm sayesinde yeniden yaşatılacaktır (Soykan, 1999: 71).

- **Toplum Alt Yapısını Oluşturmak:** Kırsal turizm, kültürel değerlerin sürdürülmesi açısından sosyal altyapıyı da destekler (Douglas vd., 2001: 164). Kırsal turizmin bu bağlamda toplum alt yapısının oluşturulmasına yardımcı olur (Kiper, 2006: 38).

Kırsal turizmin kırsal toplum üzerindeki sosyo-kültürel olumlu etkileri yanında bazı olumsuz etkileri de vardır. Bunlar:

- **Kültürel Kirlenme:** Kırsal yörelerde turizmin gelişmesi sosyal ve kültürel planda yerli halkın tarım yörelerine özgü gelenek ve göreneklerinin kaybolmasına kadar varan bir “kültürel kirlenme” ye neden olabilmektedir. Böyle bir durumda yerli halk ile turist kültürleri arasındaki karışma, yerli halktan turiste karşı birbirlerinden sert çizgilerle ayrılabilen iki aşırı davranış şekli ortaya çıkmaktadır (Morgül, 2006: 70).

- **Yabancı Korkusu (Xenophobia):** Turistlerin turizm yöresinde önceliğe sahip olmaları bazı yerlerin yerel halka yasaklanması gerginliğe neden olmaktadır. Bazı toplumlarda bu tür olaylar “Xenophobia” “yabancı korkusu” denilen rahatsızlığa dönüşmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 76).

2.2.2. Kırsal Turizmin Özellikleri

Kırsal turizmin özelliklerini genel olarak konaklama, yöre, işletme ve turistlerin özellikleri olmak üzere 4 başlık altında toplanabilir.

2.2.2.1. Kırsal Turizmin Konaklama Özellikleri: Kırsal turizmde talep değişik kesimlerden gelir. Bu kesimlerin temel karakteristikleri birbirinden farklı olabilir. Bu nedenle, konaklama türleri ile tüketicinin beklentileri arasındaki ilişki, konaklama türleri seçiminde önemli bir etkidir (Demircioğlu, 1993: 10).

Kırsal konaklama da bir yandan geleneksel konutlar da, o kültürün adetlerine uygun otantik bir konaklama ve misafirperverlik beklenirken öte yandan çağdaş konfor olanaklarının (telefon, tv, sıcak su vb.) olması da arzu edilir. Bu yüzden kırsal yerleşimlerde eski ve geleneksel konaklama kalıpları bir kenara bırakılmış, onun yerine günümüz konaklama şekilleri kırsal çevreleri uygun hale getirilerek yeniden yaratılmıştır. Ancak, kırsal alanların

hiçbir zaman otel endüstrisinin gelişmesine uygun olmadığı göz ardı edilmemelidir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 78).

Kırsal turizmin en önemli özelliklerinden biri günübirlik olması ya da konaklama süresinin çok kısa olmasıdır. Kırsal alanlarda konaklama süresi genellikle bir haftayı geçmez. Konaklayanlara ya da günübirlik gelenlere sunulan etkinlikler veya hizmetler, turistik çekiciliği arttırmaktadır. Söz gelimi, tarım, hayvancılık ve yerel el sanatlarını tanıtmak, yakın çevre doğa yürüyüşleri ve kültür gezileri, piknik, sportif etkinlikler, animasyon gösterileri, çeşitli kurslar, şenlik ve festival ve panayır, çocuklar ve yaşlılar için düşünülmüş özel etkinlikler kırsal turizm kapsamında değerlendirilebilir (Soykan, 2001: 152-153).

Kırsal turizmde işletmeye katılımı, Avrupa ülkeleri değişik biçimlerde gerçekleştirirler. Örneğin, İngiltere’de özel koruma gerektiren alanların dışındaki yerlerde kırsal turizm tümüyle özel girişimcilerin eliyle yürütülür. Fransa’da, devlet yöre insanının ağırlıklı bulunduğu işletme tipini geliştirmiştir. Belirli bir geceleme sayısını aşan çiftliklere Ziraat Bakanlığı tarafından, yatırımların %30’una varan düşük faizli krediler uygulanmaktadır (Demircioğlu, 1993: 10). Avrupa’da kırsal oteller genellikle aileler tarafından yönetilen küçük ve orta büyüklükteki otellerdir. Bu oteller, tek yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller, hosteller veya aile pansiyonları gibi bir sınıflandırma sistemi içerisinde sınıflandırılabilir (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008: 71). Türkiye’de ise, 18.06.2005 tarihli Resmi Gazete’de değişiklik yapılarak yer alan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”, kırsal turizm tesislerini; çiftlik evi-köy evi, yayla evi ve dağ evi olmak üzere üçe ayırmaktadır. Bu yönetmeliğe göre, çiftlik-köy evi, yayla evi ve dağ evi’nin taşıması gereken nitelikler şöyledir (turofed, 2005):

2.2.2.1.1. Köy ve Çiftlik Evleri: Yöresel mimariye uygun restore edilerek yenilenmekte, bazı eklemeler yapılarak konaklamaya açılmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 78). Bu yerleri tercih edenler genellikle bireysel ilişkilere önem veren, yöreyi ve insanını kültürel bağlamda tanıma amacı taşıyan turistlerin tercih ettikleri yerlerdir (Demircioğlu, 1993: 10).

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

tesislerdir. Tarım faaliyetlerinin, kırsal alanların doğal ve kültürel mirasının korunmasına önemli katkıları olduğu göz önünde bulundurularak, mevcut yapıların iyileştirmesi veya yeni yapıların mevcut dokunun iç düzenlemesi esas alınarak yapılmasını, bu sayede yatak kapasitesi oluşturulmasını ve turizmin gelişip genişleyebileceği ortamların çevresel açıdan güvence altına alınması hedeflenerek kırsal bölgelerde kurulmuşlardır.

Klasik konaklama şekilleri yerine, gelen müşterilere bir çiftlik evi-köy evinde konaklama olanağı sunulması, yerel yiyecek ve içecek gibi denemeyi istediği yerel tüketim maddelerini kullanma olanağı sağlanması, bu olanakların aile işletmeciliği anlayışı çerçevesinde sunulması, tefriş ve dekorasyonunun özgün olduğu kadar malzemelerinin nitelikli olması da gerekir. Isıtma sisteminin merkezi olması zorunluluğu aranmayan bu tesisler, ek olarak şu nitelikleri taşırlar (turofed, 2005):

- 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.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapmış olduğu tanımlama ve özellikler dışında bazı yazarlar çiftliklerle ilgili işletmeleri gruplara ayırmışlardır. Wen-Ching Hong'un yapmış olduğu sınıflamaya göre çiftlikler 4 gruba ayrılmıştır. Bunlar (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 81-82);

- **Gezi Çiftlikleri:** Gezi çiftlikleri tarım üretimi, üretim deneyimi ve rekreasyonel aktiviteleri vurgular. Çiftçiler nüfusun düşük olmasına dikkat etmelidir.

- **Şehirli Çiftlikleri:** Bu çiftlik türü, şehirde yaşayan kişilerin çiftlikleridir. Hafta sonlarında ve tatillerde kullanılır. Bu tür çiftlikler çiftlik faaliyetlerinin yapılmasına imkan verir. Çiftlik faaliyetleri çevreyi koruyan metotları içermelidir.

- **Eğitim Çiftlikleri:** Tarımsal üretim, çiftlik hayatı, kırsal kültür deneyimi eğitim çiftliklerinin anahtar faktörüdür. Bu çiftliklerde rekreasyonel aktivitelerin güvenliğine dikkat edilmelidir.

- **Sağlık Çiftlikleri:** Sağlık çiftlikleri şehirde yaşayanlara yöneliktir. Bu çiftliklerde ana çekicilik doğal alan ve çiftlikte konaklamadır.

İnce'ye göre (2000) kırsal turizm işletmeleri adı altında yapılan sınıflamada çiftlikler tarımsal çiftlikler (hayvancılık, bahçecilik, hasat), hizmet çiftlikleri (küçük ve büyük baş hayvanların beslenmesi ve balık yetiştiriciliği), spor çiftlikler (binicilik, atıcılık, motorlu sporlar, sportif faaliyetler), sosyo-kültürel çiftlikler (görsel sanatlar, ev sanatları, plastik sanatlar, tahta işleme, tarihi çiftlikler vb.) ve orman çiftlikleri olmak üzere 5 gruba ayrılmıştır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006; 82).

2.2.2.1.2. Yayla Evi: Kültür ve Turizm Bakanlığınca geliştirilmeleri uygun görülen yerlerde bulunan, mevcut yayla evlerinin iyileştirilmesiyle turizme kazandırılan veya mevcut yayla evlerinin iç düzenlemesi esas alınarak yapılan veya Bakanlıkça belirlenecek örnek yayla evi yapı tiplerine göre inşa edilecek ünitelerde, müstakil veya toplu olarak hizmet verecek en az beş odalı konaklama tesisleridir. Bu tesislerde ortak yeme-içme ve dinlenme alanı, her beş oda için bir adet ortak müşteri duş, tuvalet ve lavabo mahalli, mutfak düzenlemesi, ile personel için soyunma yeri, duş, tuvalet mahalli yapılır. Tefriş ve dekorasyonunun özgün olduğu kadar malzemelerinin nitelikli olması da gerekir. Ekosistem ve doğal hayatın korunması ve geliştirilmesine yönelik kullanımlara yer verilerek yöresel yiyecek, el sanatları gibi folklorik değerlerin tanıtımına özen gösterilir (turofed, 2005).

2.2.2.1.3. Dağ Evi: Kış sporları veya çim sporları yapmak ve doğa güzelliklerinden faydalanmak amacıyla çevresel açıdan sorumlu bir anlayışla işletilen asgari bir yıldızlı otel nitelikleri ile birlikte aşağıdaki nitelikleri taşıyan konaklama tesisleridir (turofed, 2005).

- Girişte saçak düzenlemesi gibi doğa koşullarının getirdiği fiziksel güçlüklerle karşı gerekli tedbirlerin alınması,

- Kış veya çim sporlarına yönelik gerekli malzeme ve teçhizatın kiralanabilmesi imkanı ve bunların muhafazasına için depo ile bu sporların öğretilmesine yönelik en az bir adet sertifikalı eğitici personel,
- Spor yaralanmalarına da yönelik ilk yardım araç ve gereçleri ile ilk yardım konusunda sertifikalı personel,
- İkinci sınıf lokanta veya kafeterya,
- Ranza sistemi olmaksızın odaların en fazla altı kişilik düzenlenebilmesi imkanı,
- Oturma salonunda şömine,
- Sauna veya hamam veya kapalı yüzme havuzu,
- Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti,
- Yeterli çevre aydınlatması,
- Bakı terası gibi manzara seyri amaçlı düzenleme,
- Jeneratör.

Kültür ve Turizm Bakanlığının kırsal turizm işletmeleriyle ilgili yapmış olduğu sınıflandırma dışında kırsal turizm işletmeleri ve konaklama şekilleri yazarlar tarafından farklı şekilde sınıflandırılmışlardır. Bunlar;

2.2.2.1.4. Kırsal Yöre Otel ve Motelleri: Bu konaklama türü, kısa süreli tatil yapan, bireysel ilişkilerden çok doğa ile ilgili yüksek gelir grupları tarafından tercih edilirler (Demircioğlu, 1993: 10). Kırsal otel ve moteller, kırsal turizmde en fazla tercih edilen konaklama tesislerindendir. Çünkü, konaklama yanında restoran, animasyon gibi hizmetleri vermeleri, onları daha çekici ve nitelikli kılar. Kır otelleri köylerin içinde, moteller ise kol kenarında yer alır. Kır otelleri ve motellerinin az yataklı, basit donanımlı olmaları istenir ancak hizmette kalite ve standart aranır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 79).

2.2.2.1.5. Kırsal Pansiyonlar ve Kiralık Odalar: Kırsal evlerin bazılarında köylüler evlerinin bir iki odasını pansiyon şeklini vermekte, bu sefer “aile pansiyonculuğu” gelişmektedir. Bu tarz konaklama olanağı kırsal turizme yeni katılmış köylerde daha çok görülür. Kırsal pansiyonlar Fransa’da çok yaygın olup, oda kiralama Anglo-Sakson ülkelerinde yaygındır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 79).

2.2.2.1.6. Kırsal Tatil Köyleri: İşletilmesi gerçek sahipleri yerine, dernek gibi kurumlar yoluyla yapılan ve ihtiyaca göre topluca yeniden inşa edilen köy evlerinden oluşur.

Kırsal tatil köyüne ait evlerde; tam donanımlı odalar, marke, çadır-karavan yeri, çocuk bahçeleri, sergi odaları vb. bulunur. Kırsal turizmin başlıca mekanları yatak, kahvaltı, kendir pişir üniteleridir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 79).

2.2.2.1.7. Kırsal İkinci Evler: Günümüzde kırsal boş alanlarda veya kırsal yerleşmelerin içinde hızla artmaktadır. Yaylalarda, dağlarda, göl kıyılarında veya kentlerin yakınlığında yeni kır evleri kurulduğu gibi eski köy evleri ve çiftlik evleri de restore edilerek ikinci ev haline getirilmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 79).

2.2.2.1.8. Çadır ve Karavanda (Kamping Alanları): Açık hava, doğaya yakınlık ve özgürlük özlemi kampçılığın temel öğeleridir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 79). Bu gibi yerler özellikle konaklama sorununu kendi olanakları ile çözmek isteyen düşük gelir grubu ile serüven arayan turist için tercih nedeni olabilir. Genellikle doğal bir zenginliğin 40-80 km yarı çaplı çevresinde kurulur. Bu gibi yerlerde otopark alanları, su etkinlikleri, yürüyüş ve bisiklet yolları, market ve alışveriş yerleri, haberleşme kolaylıkları gibi olanaklar sağlanmış olmalıdır (Demircioğlu, 1993: 10). Günümüzde kamp ve karavan turizmi altında yeni bir turizm türü geliştirildiğinden kırsal turizmden kampçılığı ayırt etmek gerekir. Bu bağlamda köy ve çiftliklerin yakınlığında kurulan ve kırsal turizmde entegre olanlar bu turizm türüne dahil edilir. Çiftlik kampinglerinde çiftlik sahipleri, çiftliklerin çevresinde çadır ve karavanları kabul ederek onlara duş, tuvalet tuvalet ve lavabo gibi bazı temel hizmetler sunarlar (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 79).

2.2.2.1.9. Akraba ve Tanıdık Yanında: Kırsal turizmde diğer turizm türlerine oranla daha fazla uygulanır. Özellikle de yerli turistler tatillerinde, kentlerden kırlara gidişlerinde, buralarda yaşayan yakınlarını ziyaret ederler (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 80).

2.2.2.2. Kırsal Turizm Yöresinin Özellikleri: Bir kırsal alanda kırsal turizmin geliştirilmesi düşünüldüğünde, o yerin şu özelliklerden en az birkaçına sahip olması gerekir (Kiper, 2006: 35):

- Su kaynakları; içme ve kullanma suyu olarak yeterli ve kaliteli olmalı, su sporlarından en az birinin uygulanabilmesine olanak vermeli,
- Ulaşım kolay, ulaşım olanakları çeşitli olmalı,
- Yakın çevre gezileri için olanaklar ve alternatifler yer almalı,

- Konaklama kapasitesi yeterli, kaliteli ve standart olmalı, konaklamayla birlikte yan hizmetler de verilmeli,
- Kırsal yapılar, kırsal etkinlikler otantik olmalı ve geleneksellik hissedilmeli,
- Doğal güzellikler, ilginç oluşumlar bulunmalı ve korunmuş (doğal parklar, milli parklar gibi) olmalı,
- Tarihi ve kültürel değerler bulunmalı ve korunmuş olmalı,
- Spor etkinlikleri (koşu, yürüyüş, tenis, golf, yüzme, binicilik, kayak, futbol, voleybol vb.) için uygun ortamlar (yürüyüş yolları, koşu parkurları, kayak pistleri, golf alanı, maç sahaları, suyla ilgili donanımlar vb.) olmalı,
- Belirli bir kırsal-geleneksel üretim biçimi turiste sunulabilmeli,
- Altyapı hizmetleri tamamlanmış olmalı,
- Hizmetler, merkezi veya yerel, örgütsel bir yapıda verilmeli, sağlık, güvenlik gibi konularda gerekli servis olanakları sağlanmalı,
- Hizmetler, belirli bir standartta olmalı, ücretler abartılı olmamalı,
- Turistlerin ilgisini çekecek zengin animasyonlar yaratılmalı,
- Kırsal halk, turizmi kabullenmiş, bu işi gönüllü yapan, turisti seven ve bu turizm türü için eğitimden geçmiş olmalı,
- Tanıtım, yetkili kişiler tarafından doğru kitlelere ve zamanında yapılmalı,
- Geleneksel yemeklere yer verilmeli (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 86),
- Yöre insanı sıcak ve etkileşime açık olmalıdır (Demircioğlu, 1993: 10).

2.2.2.3. Kırsal Turizme Katılan Turistlerin Özellikleri: Kırsal turizme katılan turistlerin genel olarak amacı tarımsal ya da yerel değerlerle içiçe bulunarak hoşça zaman geçirmektir. Kırsal turizmde bu amacı karşılamak üzere turistlerin beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek içecek ve diğer hizmetleri sunan küçük yerleşim yerlerinde bu beklentiyi karşılamak üzere yapılan faaliyetleri kapsar. Kırsal turizmin talep cephesinde doğa ve çevre değerlerine ek olarak yerel kültürle tanışmak isteyen bir tüketici kitlesi vardır. Kırsal turizmin tanımında her ne kadar tarımsal ağırlıklı üretim ilişkilerini ön plana çıkarmaktaysa da yöresel alışkanlık, tutum, davranış ve ilişkilerle tanışmak bu tüketici grubunun temel beklentileridir (Yağcı, 2003).

Kırsal turizme katılan turist profilleri katılımcıların yaşına ve katılım nedenine göre farklılık gösterir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 87). Kırsal turizme katılan turistler genellikle kendi arabalarıyla ikamet eden ve ziyaret edilen çekim yerinden çok fazla uzakta ikamet

etmeyen ziyaretçilerdir. Kırsal turizme katılanların genel profiline baktığımızda genellikle genç ve orta yaş mensubu, orta gelir grubundaki yüksek eğitilmiş ve profesyonel meslek mensuplarıdır. Bu kişileri kırsal alanlara iten nedenler genellikle doğa, özgürlük ve uzaklaşma hissidir (Molera, 2006: 759). Kırsal turist profillerinin ortaya çıkarılması nedeniyle pek çok araştırma yapılmış ve çeşitli kırsal turist profilleri ortaya konulmuştur. İskoçya’da kırsal turizme katılanlar üzerinde yapılan bir araştırma sonucu ortaya çıkarılan kırsal turizm turist profilleri şöyledir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 87).

- **Aktivler (%39):** Bu turistler spor boyutunda bütün faydaları ararlar. Tercih ettikleri faaliyetleri araba sürme, ziyaret merkezleri ve uzun yürüyüşler, bisiklete binme, ata binme, tırmanma, balık tutma vb. aktiviteleri içeren spor faaliyetleridir. Bu gruptakilerin çoğu genç turistler olup (%62’si 44 yaşın altındadır), çok azı emeklidir. Ortalama konaklama süresi 8-18 gün arasındadır.

- **Dinlenenler (%13):** Bu turistler temel olarak rahatlama ve dinlenme ve düşük katılımın olduğu golf ve balık tutma faaliyetlerini ararlar. Diğerlerinden farklı olarak kısa tatil yaparlar (ortalama konaklama süresi 5-6 gün) fakat sık olarak kırsal tatillere katılırlar. Yüksek oranda kampı düşük düzeyde ise self-service konaklamaları tercih edilir.

- **Gözlemleyenler (%35):** Dinlenme ve açık alan faaliyetlerine ilgi duyarlar. Kırsal alanlarda araba kullanmak, kısa yürüyüşler, piknik ve doğayla ilgilenmekten hoşlanırlar. Yüksek yoğunluğu iç turistlerdir. Otelleri ve self-service konaklamaları tercih ederler. Katılanların çoğunluğu çocuklu ailelerdir ve yüksek gelirli kişilerdir. Uzun süre konaklarlar (ortalama konaklama süresi 8 gün).

- **Kırsallar (%13):** Çoğunlukla tatilin kırsal boyutuyla ilgilenirler. Bu gruptakiler emekli ve yaşlılardır, çiftliklerde konaklar. Sınıflandırılan grupların içinde en düşük gelirli olan gruptur. Tarihi alanları ziyaret ederler. Ortalama konaklama süreleri 7 gündür.

Yine yapılan araştırmalara göre uluslararası düzeyde kırsal alanlara yapılan turistik seyahatlerin %60 yerli turistler tarafından gerçekleştirilirken, %20’si yabancı ziyaretçiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Avustralya Turist Komisyonuna göre (1995) Avustralya’da bir milyonu aşkın turist kırsal bölgeleri ziyaret etmekte, yerli turistlerden elde edilen 7,8 milyar doların 1,1 milyar doları kırsal bu bölgeleri ziyaret eden kişiler tarafından

gerçekleştirilmiştir. Kırsal turizm açısında iç turizmin özellikle Asya ülkelerinde gelecekte yüksek potansiyele ulaşacağı düşünülmektedir (Douglas vd., 2001: 164).

2.2.3. Kırsal Turizmin Sorunları

Kırsal turizmle ilgili en büyük sorun doğal güzelliklerin ve kaynakların korunmasıyla ilgili olduğundan turistlerin ve yerli halkın doğru bir şekilde bilinçlendirilmesi durumunda turistler ve yerli halk yöre de kırsal turizm gelişmesinin gereği olarak çevresel korumanın her evresinde katılımcı rol oynayacaklardır. Bunun yanında yerel halka mesleki eğitim verilmeli ve el sanatlarına teşvik edilmelidir. Yerel halkta bu bilincin oluşturulması aynı zamanda sağlıklı bir çevrenin yaratılmasıyla yörede yaşam kalitesinin yükselmesine, altyapının ve peyzajın güzelleşip gelişmesini sağlayacaktır. Bu olumsuz etkilerin giderilmesinde yerel halk, eğer yönetimde ve turizmin gelişmesinde söz sahibiyse içinde bulunduğu kırsal toplumun turizme olan etkilerini daha iyi gözlemleyebilir ve kontrol altına alabilir. Bu bağlamda yerel halkında içinde bulunduğu kırsal turizmi geliştirmek adına entegre bir sistem kurulmalıdır (Halдар, 2007: 120-121). Kırsal turizme etki edebilecek sorunlar şu şekilde sıralanabilir;

- **Çevresel Tehdit:** Kırsal turizm, hassas doğal çevrelerde, her zaman ekosistem için bir risk faktörü oluşturur (Soykan, 2006: 75). Yapılan araştırmalar turizmin çevreye zarar verdiğini ortaya koymuştur. Yoğun kayak, bitkilerin büyümesini azaltmakta ve alanlarını düzleştirmektedir, tırmanma kaya yüzeylerini erozyona uğratmakta ve modern aletler kayaların doğasını harap etmektedir, yürüyüş ve ata binme yoğun kullanılan alanlarda patikalar oluşturmaktadır, gürültü ve kirlilik vahşi doğaya zarar vermektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 91). Bu etkilerin giderilmesi kapsamında ekolojik ve kültürel değerler ile sosyo-ekonomik yapı göz önüne alınarak, öncelikle insan varlığını sürdürebilmek için esas olan çevre değerlerini koruma amacı ile sektörler arası ilişki ve dengeleri dikkate alan bir fiziki gelişme planı hazırlanmalıdır. Koruma ve kullanma dengesinin kurulması, ekolojik yapı ve doğal değerlerle ilgili ülke düzeyinde veri tabanı oluşturulması, koruması zorunlu görülen doğal kaynaklara ilişkin detaylı verilerin bilimsel ve uygulamaya dönük araştırmalar ile sentez edilmesi sonucunda, mekan bazında yeni kararların elde edilmesi yoluna gidilmelidir (Kiper, 2006: 3).

Açık alanda yapılan çoğu etkinlikler çevreyi etkileyebilmektedir (Halдар, 2007: 123). Turizm tesislerinin kullanımı sırasında ortaya çıkabilecek başlıca etkiler; doğa, peyzaj,

arkeolojik/kültürel varlıklar, trafik, yaşam ortamları (proje konumu/alanı), su kullanımı ve kalitesi, katı atıklar ve ısınma amacıyla kullanılan yakıtlar sonucunda oluşabilecek hava kirliliği ile ilgilidir. Bu bağlamda turizmle ilgili projelerin ÇED (Çevresel Etki Değerlendirmesi) etki değerlendirmesinden geçmelidir (cevreorman, 2006).

- **Sosyo-Kültürel Tehdit:** Kırsal kültür, insanları kırlara çeken, doğal kaynaklar kadar önemli bir güce sahip olan diğer çekiciliktir. Turistin geçmişe özlem duyması, sıcak ilişkiler araması ve yerel kültürü tanıma isteği kırlara “kültür” amaçlı ziyaretleri beraberinde getirir. Kırsal kültür otantikdir, başka yerlerde tekrarına rastlamak zordur. Benzerlikler rastlansa bile farklılıklar çoktur. Gittikleri yerin kültürel mirasından etkilenen turistler, korumacılık hakkında da bilinçlenirler (Kiper, 2006: 37). Turistlerin yerel kültürden etkilenmesinin yanı sıra kırsal toplumların küçük sosyo-kültürel dünyasını da bozabilirler (Soykan, 2006: 75).

- **Konaklama (Barınma) Sorunu:** Kırsal turizmin geliştiği bazı bölgelerde konaklama olanaklarının yetersizliği yerel nüfusa sorun yaratmaktadır. Örneğin, Kanada, güneybatı İngiltere ve Alplerin bir bölümü gibi bazı başarılı kırsal turizm alanlarında ziyaretçiler için konaklama sorunları olmuştur (Soykan, 2006: 75).

- **Yasa İle İlgili Problemler:** Kırsal turizmde yasa ile ilgili problemler olabilir. Turizm eğlence sektörünün bir parçasını oluşturur. Tüm otel, motel ve pansiyonlar işyeri açma ve faaliyet belgesi almak üzere devlete vergi öderler. Devlet kırsal turizmin büyümesi için destekte bulunmalıdır. Ancak turizmde kimsenin vergi ödemediği seyahatini tamamlamadığı sorunu akla gelmektedir (Haldar, 2007: 125).

Türkiye’de turizme destek olarak 2002 yılından bu yana Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) ve Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD)’nin turizmde KDV oranının düşürülmesi için yaptığı çalışmalar olumlu olarak sonuçlanmış ve turizm sektöründeki KDV oranı 01/01/2008’den itibaren %8’e düşürülmüştür (turizmdebusabah, 2007). Kdv düşüşündeki temel etmen turizm sektöründe KDV’nin fiyat artırıcı bir unsur olması ve ülkemizin rekabet içinde bulunduğu Akdeniz Çanağında yer alan ülkelerde turizm sektöründe uygulanan KDV oranının düşük olmasıdır. Türkiye, turizmde %18’lik KDV oranı ile AB ülkeleri arasında en yüksek KDV oranına sahiptir. Avrupa ülkelerinin çoğunda, turizmden alınan vergi normal KDV oranının üçte biri düzeyinde tutulmaktadır. Fransa’da KDV %19.6 ancak turizmde KDV %5.5 uygulanmaktadır. Portekiz’de KDV oranı %17 iken turizme gelince bu oran %5’e

inmektedir. Yunanistan'da KDV yüzde 18 iken, turizm KDV'si yüzde 8 olarak uygulanmaktadır. Türkiye ile turizm açısından en çok rekabet içerisinde olan İspanya'da ise temel KDV yüzde 16 iken turizmde KDV % 7'dir (haberx, 2007).

KDV düşüşü ülke açısından elde edilen gelirde düşüş olabileceği düşünülse de Maliye Bakanlığı KDV sebebiyle gelir kaybı olmayacağını buna rağmen; turizm sektöründe oluşacak talep artışı sebebiyle KV (Kurumlar Vergisi) +SSK (Sosyal Sigortalar Kurumu) Primleri +GV (Gelir Vergisi) artışı olacağı ve talep artışı sebebiyle yapılacak olan ilave yatırımlar sonucunda istihdam üzerinden alınan vergilerde sağlanan artışlar göze alındığında Maliye'nin gelir kaybına uğramaktan ziyade gelirlerini artacağı düşünülmektedir. Diğer yandan, ülkemizin sektörde rekabet şansımızın artacağı, düşük sezon kapasite kullanım oranının yükseleceği, sektöre girdi sağlayan 49 alt sektörde kayıt dışılığın azalacağı, artan yatırımlar sebebiyle istihdamın artacağı ve ekonominin canlanacağı düşünülmektedir (turizmdebusabah, 2007).

Kdv oranındaki bu düşüş hem yatırımcıyı, hem çalışanı, hem turisti hem de doğrudan ve dolaylı turizmle bağlantılı tüm işletmeleri ve en önemlisi ekonomimizi olumlu yönde etkileyecektir. Kırsal turizmin gerçekleştiği yöredeki köylülerde kentsel alanlarda yatırım yapan girişimcilere yerel olanaklardan dolayı olarak daha iyi yararlanmalarını sağlayarak kırsal alanlara yatırım yapmaları için teşvik edebilirler (Haldar, 2007: 128).

- **Yatırım Yapan İşadamları:** Çoğu yerel çiftçiler ve işletmeler, fırsatlar olmasına rağmen turizm pazarına girmeyi düşünmemektedirler. Araştırmalar, küçük kasaba ve köylerdeki turizmle ilgili işletmelerin sahipliği, yönetimi ya da kontrolünün %80'inin gelen ya da yerli olmayan işadamlarınca yapılmakta olduğunu göstermiştir. Bazı sorumlu, bilinçli iş adamları sermaye ve gelişmede değerli, önemli nakiller yapabilirler. İş adamları yerel gelenek, kültür, çalışma şekli ve mimari yapıda yoğunluk kazanabilirler. Yerel halkın ürünlerini ve hizmetlerini kullanmayabilirler (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 92). Haldar'a göre (2007), kırsal turizm kapsamında tüketilen ürünlerin çoğu yerel olarak üretilmemekte dışarıdan ithal edilmektedir (Haldar, 2007: 124). Kırsal turizmden sağlanan gelir, yerli halka bu geliri tarım dışı hatta o yöre dışında değerlendirme şansı yaratır o da başka sektörlerde sermaye akımını kuvvetlendirir ve kırsal turizmi yöreyi kalkındırma amacından uzaklaştırabilir (Morgül, 2006: 70). Bu sorunlar yerel halk ve yatırımcılar arasında gerilim

yaratabilir ve bazı kırsal alanlarda kültürel bağlılığı değiştirebilir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 93).

- **Trafik Tıkanıklığı:** Yöreyi ziyaret eden ziyaretçilerin araç trafiği yoğunluğu turisti itmektedir (Soykan, 2006: 75). Genellikle otoyol trafiği, bazı durumlar da deniz ve hava trafiği turist çekme başarısında önemli bir problemdir. Kırsal alanlardaki dar yollar çok kolay tıkanabilir ve bazı acil durumlarda yardım gelmesi zorlaşır. Kırsal alanların çekiciliği pazarı küçük tutmakla sağlanabilir. Trafik yönetim teknikleri ve toplu taşımacılık bu konuda yardımcı olabilir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 93).

- **Eğitimli İşgücünün Eksikliği:** Konaklama endüstrisinde eğitimli işgücünün eksikliği problem olmaktadır. Otelcilik hakkında eğitim almış kalifiye elemanlar kırsal alanlara çalışmak üzere gitmeyi tercih etmeyebilirler. Bu durumda, kırsal toplumun sahip olduğu işleri daha iyi yerine getirebilmeleri için eğitim almaları gerekir (Haldar, 2007: 125). Eğitimli işgörenin çalışması sunulan hizmetin kalitesi açısından önemlidir. Kırsal alanları ziyaret eden turistlerin seyahatlerini yinelemeleri ve ziyaret süresi içine yapılan harcamaların arttırılması turistin seyahat süresi içindeki kaliteyi algılamasına göre değişir. Kaliteli bir servisin sunulması müşteri bağlılığını arttırmakta buda tekrarlanan müşteri sayısını ve elde edilen gelirleri arttırmaktadır (Albacate-Saez, Fuentes-Fuentes, Llore'ns-Montes, 2006: 49). Bu bağlamda, kırsal toplumun görevlerini daha etkin olarak yerine getirebilmeleri için devlet kısa süreli olarak kurslar açarak işleriyle ilgili yetenek ve bilgilerinin gelişmesini sağlamalıdır (Haldar, 2007: 125).

- **Planlama, Yerel Kontrol İşbirliği Konusu:** İdeal bir dünyada, yerel halk ve işletmeler problemlerin azken farkına varıp problemleri azaltarak ve faydaları çoğaltarak turizmi kontrol ederler. Turizm alanları ve diğer alanlar arasındaki gelişme dengelenerek kontrol edilir. İşçi ve işverenler pazarlama, turizm, turizm planlaması konularında düzenli eğitim alırlar. Sonuç olarak turistler, ev sahibi toplumdan memnun olurlar. Ama gerçek dünya nadiren idealdir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 93).

- **Finansal Desteğin Yetersizliği:** Kırsal turizme katılımda yeterli olarak tanıtımın yapılması, alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi, yasa ve düzenlemelerin uygulanması ve sağlık, eğitim vb. insani olanakların geliştirilmesi için belirli bir miktarda fona ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun nedeni devletin kırsal turizmi tanıtmaya çabalarına daha yeni

başlamasıdır (Haldar, 2007: 125). Bunun yanında kırsal turizmin büyümesiyle birlikte turistlerin bu alanlara yönlendirilmesinin artırılması ile birlikte sahip olduğumuz kırsal alanı diğer yerlerden ayırt edebilecek veya bu alanda tek olmasını sağlayacak bir pazarlama stratejisi sürdürmek gerekir (Albacate-Saez, Fuentes-Fuentes, Llore'ns-Montes, 2006: 48). Bu bağlamda kırsal turizmi destekleme adına devlet bu projelerin geliştirilmesi için finansal destek sağlamalıdır. Çünkü, kırsal turizmin gelişmesi kırsal alanlarda istihdam yaratacak aynı zamanda kentsel alanlardan kırsal alanlara para akışının hızlanmasına da katkıda bulunacaktır. Bunun yanında kırsal alanlardan kentsel alanlara göçünde önüne geçilecektir (Haldar, 2007: 125).

- **Kırsal Alanların Kırsal Turizmdeki Başarı Durumu:** Bütün kırsal alanların turistik gelişmeye açılması mümkündür. Bazı bölgeler kırsal turizm için önemli avantajlara sahiptir. Ancak bu avantajlar, turizm sektörünün yapısı, moda olgusu, zaman faktörü ve bölgesel farklılıklar nedeniyle bugünden yarına değişebilir. Kırsal turizmde başarıya ulaşmanın birçok faktörü vardır. Ancak bunlardan dört tanesi çok önemlidir. Birincisi, yerel halkın turizme gönül vermesi, turizme kapılarını açmasıdır. İkincisi, yerel halka bu konuda, eğitim ve danışmanlık hizmeti verilmesi, finansal yardımda (kredi) bulunmasıdır. Üçüncüsü, kırsal turizmi yönetecek kooperatif, dernek gibi bir yerel örgütün (çalışma ortaklığı) kurulmasıdır. Dördüncüsü; turiste sunulacak ürünlerde (doğal çevre, kültürel miras ve yerel ekonomi ürünleri vb.) ve hizmetlerde (konaklama, yeme-içme, turlar vb.) doğallığa, otantikliğe, kaliteye ve yaratıcılığa büyük oranda önem verilmesidir (Soykan, 2006: 74).

- **Yerel Halkın Turizme Katılım Eksikliği:** Yerel halk kırsal turizmin kırsal topluma çok fazla yarar sağlamayacağı görüşüne sahiptir. Çünkü, kırsal toplum turistler için düzenlenen değişik aktivitelere yeterli bilgi ve beceriye sahip olmamaları durumunda katılımları mümkün olmayacaktır. Kırsal halk yetenek gerektirmeyen işlere sahip olabilirler. Ancak, kırsal turizme daha üst düzeyde katılım sağlayabilmeleri için yetenek ve bilgi düzeylerini geliştirmeleri gerekir. Kırsal turizmin arkasındaki temel konsept kırsal toplumun kırsal turizme katılımı olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda amacın kırsal kalkınmaya katkıda bulunmak olduğu söylenebilir. Ancak uygulamada yerel halkın yapma, planlama ve uygulama politikalarına nadir katılır. Kırsal halkın çoğu turizm hakkında fazla bilgiye sahiptirler ve bu nedenle çoğu dış yatırımcı tarafından kırsal alanlardan fazla ekonomik kar elde etmek adına kırsal halk yanlış yönlendirilir veya yanıltılırlar. Bu bağlamda, yerel halkın

bulundukları yörede hangi turizm alternatifinin kurma konusunda kafalarında soru uyanmaktadır (Haldar, 2007: 125).

- **Çiftçiler/Yerel Halk:** Çiftçiler kırsal ekonomi temelinde devam eden kritik bir noktadır. Çiftçiler eşit sorumlu değildir ve turizm fırsatlarından yavaş yararlanırlar. Bazı çiftçiler, topraklarında gezen ve tahrip eden turistlere karşıdır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 94). Aynı zamanda yerel halk aşırı kalabalıklık dolayısıyla turistler tarafından istila duygusuna kapılırlar (Kiper, 2006: 38). Çiftçiler turizme katıldıkları zaman yerel yönetimle birleşmek yerine diğer çiftçilerle bir araya gelmektedir ve bu nedenle kooperatifleşmenin faydaları yok olmaktadır. Çiftçilerin turizme katılma konusundaki bu yanlış tutumu eğitim sorusunu akla getirmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 94).

- **Az gelişmiş Halk:** Kırsal nüfusun büyük bir çoğunluğunun eğitim seviyesi düşüktür, okuryazar değildirler ve gelenek ve değerlerine bağlıdırlar. Kültür, inanç ve batıl inançların kırsal nüfusun tutum ve davranışlarda büyük etkisi vardır. Yörede yaşayan köylülerin hayata dair adımları çok yavaştır, risk almazlar ve daha kazançlı olsun veya olmasın geleneksel işlerin yapmakta daha hassas davranırlar. Kırsal ekonominin evrenselleşmesiyle birlikte sektörün büyüme isteği gösterilmeye çalışılmış ve medya bu yönde kırsal tüketicinin zihninde bu bilincin oluşturulmasında önemli rol oynamıştır. Televizyon aracılığıyla farklı ürün ve hizmetler sunulmuştur. Devlet ve özel sektör tarafından sağlanan değişik teknolojik araçlarla hedef kitleye ulaşılmaya çalışılmıştır. Kırsal turizmin gelişmesi için kentsel anlayışın yerel halk tarafından anlaşılması gerekir (Haldar, 2007: 125-126).

- **Grup ve Kooperatif Kuruluşların Azlığı:** Kırsal turizm kuruluşları küçüktür, diğer işletmeler ile işbirliği ve pazarlama ve eğitimde faydalar sağlayacaktır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 94). Kooperatifler, tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortakların belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçinmelerine ait ihtiyaçlarını iş gücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklardır (istanbulymmo, 2006). İnsanlar bireysel olarak yapmadıkları şeyleri, kooperatifler kurarak ortaklaşa başarabilirler (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 94). Kurulan kooperatiflerle, pazar sürekli takip edilerek düzenli olarak turistlerin beklentileri ölçülebilir ve sunulacak ürünlerin daha kaliteli olması sağlanabilir. Yerel yönetim, konaklama ve diğer hizmet kuruluşlarına ait organizasyonlar, sivil inisiyatifler, bölgesel ve ulusal birlikler; strateji geliştirmek, turistik

ürünlerde sınıflandırma sistemi kurmak, pazarlama, kırsal turizm operatörleri için destek, bir ağ kurarak deneyimleri paylaşmak, eğitim, devlet ve diğer organizasyonlar ilişkiye geçecek gruplar oluşturmak, para kaynakları bulmak gibi konularda işbirliği yapmaları gerekmektedir (Soykan, 2004: 78-79).

- **Uygun Fiziksel İletişim Ağlarının Eksikliği:** Kırsal turizmde, fiziksel iletişimin büyük problem olduğu düşünülmektedir. Ülke çapında köylerin yarısına yakın çoğunluğunda tüm-hava koşullarına uygun ulaşımına sahip değildir. Bu yüzden kırsal alanlara ulaşım bir hayli zordur (Haldar, 2007: 126). Ulaşılabilirlik özelliği çekiciliklere sahip olan bir turistik bölge ya da yöre için büyük öneme sahiptir. Eğer bir turistik bölgeye, ulaşım araçlarının yokluğu gibi birtakım fiziksel engeller nedeniyle kimse ulaşamıyor ya da çok sınırlı sayıda kişi tarafından ulaşılabilir ise çekicilik faktörünün hiçbir etkisi olmayacaktır (Kiper, 2006: 208). Örneğin, Amerika'nın Kuzeydoğusunda bulunan Assam yöresi doğal çekicilik açısından çok güzel bir yer olmasına karşın yoğun yağmur zamanlarında ulaşım dolayısıyla kırsal turizmin uygulanması mümkün değildir (Haldar, 2007: 127). Yine Bulgaristan'da Kırsal ve Çevresel Turizm Derneği Ulusal Programı çeşitli dağlık yörelerin, köylerin geliştirilmesi amacıyla köprü, tren gibi ulaşım ağlarıyla bölgeyi cazip hale getirmeye çalışmaktadır (Morgül, 2006: 73). Ülkemizde ise Yörükköyü'nün çevre ve yakın çevre ile bağlantısı sadece karayolu ile sağlanmaktadır. Yerleşime Safranbolu-Kastamonu Karayolu'ndan ayrılan bir yol ile ulaşılmaktadır (Kiper, 2006: 208). Ülkemiz açısından düşündüğümüzde yolların bozuk olması veya yolun kapanması gibi durumlarda kırsal turizmin gelişmesi mümkün olmayacaktır. Ancak kırsal turizmin gelişmesi için ulaşım ağı tek başına yeterli değildir. Bunun yanında su, elektrik, telefon ve güvenlik gibi olanakların da karşılanması gerekir (Haldar, 2007: 127).

- **Temel Eğitimin Eksikliği:** Yöre halkında okur-yazar eksikliği kırsal turizmde büyük sorun yaratacaktır. Hindistan'ın kırsal yörelerinde yapılan sayım sonuçlarına göre kırsal halkın eğitim düzeyi yüzdesel olarak 1991 yılında %45, 2001 yılında %59 olarak bulunmuştur. Nüfusun %29,5'i temel eğitim düzeyinin altında, %31,6'sı liseden terk, %21'i üniversiteyi okuma düzeyine gelmiş ancak eğitimini tamamlamamış, %15,5'i üniversiteyi okuyor ancak mezun olmamış ve %2,7'side üniversite mezunudur (Haldar, 2007: 126). Ülkemizde kırsal işgücünün eğitim düzeyi, kırsal kalkınmanın hızlandırılması açısından en önemli kısıtlardan birini oluşturmaktadır. 2004 yılı itibariyle, kırsal işgücünün ancak %24'ü sekiz yıllık ilköğretim ve dengi meslek okulu veya üzeri, %14'ü ise lise ve dengi meslek okulu veya üzeri öğrenim düzeyine sahiptir. Kırsal alanda tarım ve tarım dışı sektörlerde gelir,

iş ve istihdam olanaklarını artırıcı beceri geliştirme ve meslek edindirmeye yönelik yaygın eğitim hizmetlerinin uygulanması önemini korumaktadır. Ülkemizde Ulusal Kalkınma Stratejisi kapsamında örgün eğitim hizmetlerinin tüm eğitim kademelerindeki okullaşma oranlarını artıracak ve cinsiyet eşitsizliğini giderecek şekilde sürekli kılınması ve tüm yaş grupları için yaygın eğitim hizmetlerinin artırılması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede;

- İlköğretim başta olmak üzere okul öncesi ve orta öğretimde okullaşma oranlarının yükseltilmesi,
- Temel eğitim hizmetleri sunumunda sıkıntı çekilen yörelerde etkili hizmet sunum modellerinin geliştirilmesi ve bu yörelerde bulunan YİBO (Yatılı İlköğretim Bölge Okulları) ve PİO (Pansiyonlu İlköğretim Okulları) okullarının halkın taleplerine uygun niteliklere kavuşturulması ve kalitesinin artırılması,
- Merkezi düzeydeki kırsal yerleşim birimlerinde ilköğretimden sonra eğitime devam edemeyen gençler için yörenin sosyo-ekonomik ihtiyaçlarına uygun beceri ve meslek kurslarının düzenlenmesi için kamu kurumları, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında işbirliği imkanlarının artırılması,
- Eğitim hizmetlerine erişimde cinsiyet eşitsizliklerine dayalı kısıtların ve engellilerin yaşadığı dezavantajlarının giderilmesi,
- Kadınların okur-yazarlık ve eğitim düzeylerinin artırılmasının yanında toplumsal, yasal sorumluluklar ve haklar ile aile bilincinin geliştirilmesi bakımından da desteklenmesi,
- Okur-yazar olmayan yetişkinler için okuma-yazma kurslarının düzenlenmesi, bilgiye erişim imkanları kısıtlı olan yetişkinler için yaygın eğitim kurslarının artırılması ve çeşitlendirilmesi,
- Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ekonomik ve sosyal amaçlarla kullanımının yaygınlaştırılması hedeflenmektedir (DPT, 2006).

Yine, Ege Bölgesi'nde, Karaburun'da uygulanmaya başlanan Winpeace (Türkiye Yunanistan Kadın Barış Girişimi) Agro Turizm Projesi, bunlardan biridir. Amacı, kırsal kesim kadınlarına Agro Turizm eğitimi vermek, turistleri çiftliklerde, ev pansiyonlarında ağırlayarak, doğayla iç içe, özledikleri etkinlikleri yaşatmaktır. Ekmek pişirmek, reçel yapmak, el işi öğrenmek, ata binmek, ormanda gezinmek gibi etkinliklerdir. Köy kadınlarının ekonomik özgürlüklerini kazanmalarının yanı sıra yerel el sanat ve zanaatların yok olmasını engellemek, geleneklerin sürdürülmesini sağlamak ve ekonomik

şartları iyileştirerek, gençleri köylerde tutabilmek de projenin hedefleri arasında yer almaktadır (Morgül, 2006: 79).

- **Yabancı Dil Problemi:** Kırsal turizmde yabancı dil eksikliği ve çeşitliliği kırsal turizm açısından engel oluşturur. Hindistan'da kabul gören 16 farklı yabancı dil ve 850 çeşit ağız bulunmaktadır (Halдар, 2007: 126). Yabancı dil de genel eğitim çerçevesi içerisinde değerlendirilmesi gereken bir konudur. Doğru iletişim kurulması ve yerel halkın turizmde aktif olarak rol alması açısından yabancı dil büyük öneme sahiptir.

- **İş Planlama Yeteneği:** Kırsal toplum, iş konusunda yerinde ve doğru karar alma yeteneği konusunda eksiktir. Herhangi bir işin yapılması için teknik bilgiye ve organize etme ve devamlılık sağlama yeteneğine sahip olunması gerekir. Devlet ve özel organizasyonların yardımıyla kırsal toplumun iş planı hazırlamaları mümkün olacaktır. Eğer kırsal topluma böyle bir proje dışarıdan sunulursa kırsal bu projeyi kabullenerek geliştirme ve uygulama yoluna gitmelidir. Aksi takdirde kırsal topluma böyle bir projenin herhangi bir katkısı bulunmayacaktır. Reklam ve satış promosyonları müşterilerde müşteriye ürün hakkında bilgi vermek ve ürüne çekmede önemli rol oynar. Broşür, katalog ve halkla ilişkiler aracılığıyla ve en önemli ağızdan ağıza reklamla kırsal turizmin tanıtımını yapabilirler (Halдар, 2007: 126).

- **Eğitimli Turist Rehberi Eksikliği:** Eğitimli turist rehberinin bulunmasının zor olduğu düşünülmektedir. Turist rehberi turisti yöreye çekmede büyük rol oynar. Turist rehberinin yöre hakkında bilgi sahibi olmasının yanında turistin zihninde yöreyi ziyaret etme konusunda ilgi uyandırma yeteneğine de sahip olması gerekir. Turist rehberi bu konuda turistlere yöre hakkında video filmi, broşür veya katalog gösterebilir. Rehberler rezervasyon sırasında yerine getirmeyi taahhüt ettiği yükümlülükleri yerine getirmelidir. Turist rehberi aynı zamanda değişik kültürleri idare edebilecek kadar zeki, iyi iletişim yeteneğine ve karşılıklı dostça ilişkiler kurulmasında yetenek sahibi olmalıdır. Turizm büroları da bu kişileri seçip eğiterek turist rehberliği kokardını sağlamalıdır (Halдар, 2007: 126).

- **İletişim Yeteneği:** Dil ve eğitim eksikliği iletişimde temel engeldir. İletişim kabiliyetinin etkililiği büyük öneme sahiptir. Kırsal turizmin başarısı büyük oranda turistlere misaperverliğimizi göstererek sıcak ilişkiler kurulmasına bağlıdır. Turist kırsal turizm alanında yapmış olduğu bir ata veya deve binerek doğal alanda gezerken veya tarihi alanlarda gezerken gezilen yerler hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyecektir. Bu gibi sorulara yanıt

verebilecek herhangi birinin olmaması durumunda turist üzerinde negatif etki yaratacaktır. Turist ile yerli halk arasında iletişim konusunda herhangi bir boşluk olmamalı yerli halk turistin istek ve ihtiyaçlarını kolayca anlamalıdır (Haldar, 2007: 126-127).

2.2.4. Kırsal Turizmin Prensipleri

Fransa'da 1972 yılında toplanan TER (Kırsal Alanda Turizm Birliği) Kırsal turizmle ilgili başlıca prensipleri şöyle sıralamaktadır (Sağcan, 1979: 200-202):

- Sosyal Planda :

a) Kırsal nüfus için, ekonomik, sosyal ve insan açısından toprağa bağlı olmaktan kurtulma isteği,

b) Kentliler için:

- Modern çağların temel bir sosyal olgusu olarak turizm,
- Boş zamanların artışı ve rekreasyon faaliyetlerinin araştırılması,
- Modern yaşamın baskılarının ortaya çıkardığı yeni gereksinimlerin tatminidir. (Fiziksel, ruhsal nitelikteki gereksinimler)

- Ekolojik Planda :

- Kırsal çevreyi koruma gerekliliğinin bilincine varma,
- Ülkenin tarihi, mimari, kültürel mirasını korumak için kazanılan duyarlılık,

- Ekonomik Planda :

- Kırsal alanda yaşayanlar için yeni faaliyet alanları yaratılarak ek kaynak sağlamak gerekliliği,
- Ekonomik gelişmenin faktörü olarak kırsal turizm olayı,
- Bu faktörün bütün kırsal düzenleme şemalarında ele alınması,

- Uluslararası Planda :

- Avrupa çıkışlılar arasında giderek kendini hissettiren yakınlaşma,
- Her düzeyde ve her alanda uyum sağlama eğilimi,
- Uluslararası turizm piyasasında orijinal, kaliteli, gerçekçi ürünler sunarak, yeni rekabet olanakları yaratmak,

- Kırsal Alanda :

- Özellikle toprağın istif edilmesi yoluyla kırsal alanların sömürgeleştirilmesine yardımcı olmamalıdır,

- Kırsal alanların doğal, mimari ve insan açısından bütünlüğüne zarar vermemelidir.
- Kentlilerin kırsal alanda, kırsal alanda yaşayanlarla, tatile gelenler arasındaki sayısal dengeye saygılı olmak koşuluyla, karışması desteklenmelidir.
- Kentlilerle köylüler arasında karşılıklı temas ve fikir tartışmaları desteklenmelidir,
- Kırsal alandaki nüfusa, başta tarım ve el sanatları gibi, temel uğraş alanları yanında, ek bir ekonomik kaynak sağlayarak gerçek anlamda aşama yapmak olanaklarını sağlamalıdır,
- Kentlilere “kaynaklara dönüş” hakkını gerçekten kullanabilme yollarını sağlamalıdır.
- Gerek kentlilere, gerekse kırsal nüfusa, insanın ayrılmaz bir parçası olduğu doğanın fiziksel, biyolojik ve ruhsal değerlerinin bilincine varmalarına sağlamalıdır.
- Küçük doğal bölgelerde, turistik üniteler oluşturan uygulama faaliyetleri ile birlikte ele alınmalıdır :
 - Yerli ve tatil yapan nüfusun birlikte kullanmasına elverişli tesis ve gereçlerin ortaya konmasının isteklendiricisi,
 - Yöresel ticaretin hareketlendiricisi,
 - İstihdam yaratmak için pazar,
 - Bölgesel ekonominin gelişme faktörü,
 - Kırsal alanların yeniden canlandırılmasının aracı,

Özet olarak, ülkenin genel düzenleme planının tamamlayıcı, işbirliği ve uyum sağlayan bir faaliyet unsuru olmalıdır. Bu doğrultuda; Fransa’da turizm kırsal bölgelerde yoğunlaştırılarak bu alanlardan en iyi şekilde faydalanmak amacıyla köyler ve beldeler bir araya getirilmektedir. Oluşturulan birlik ve dernekler, belirli standartlar çerçevesinde organizasyonu sağlamaktadır. Örneğin Savoie Köy İstasyonları Birliği yerel yatak sayısını yerli nüfusun en fazla altı katı olarak belirlemiştir. Köylerin ilk yapısı; ana caddesi, alışveriş meydanı, kilisesi, pansiyonları veya hanlarıyla korunmaktadır (Kiper, 2006: 61).

2.3. KIRSAL TURİZMİN GELİŞİMİ VE KIRSAL TURİZM UYGULAMALARI

2.3.1. Kırsal Turizmin Gelişimi

Tarım sektörünün ekonomiye olan direk etkisinin azalmasıyla birlikte, diğer sektörler içinde kaynaklık etme işleviyle ekonomiler için etkili ve rekabetçi bir ölçüt olmuştur. Kırsal turizmde tarımsal alanda yapılan birçok faaliyet ile kültürel, doğal ve diğer bazı çekiciliklerin kırsal alanlara para getirisi sağlama olanağı yaratmasıyla büyük önem kazanmıştır (Bojnec, 2006). 19.yüzyılın ikinci yarısından itibaren insanlar kırsal bölgeleri canlandırmasına rağmen, avlanma, ata binme vb. turistik faaliyetler günümüzde birkaç kırsal alanda veya kırsal alanda faaliyet gösteren işletmelerde sunulur hale gelmiştir. Teknolojik gelişmeler, gelir seviyesinin yükselmesi ve boş zamanın artması gibi olumlu gelişmeler sayesinde kırsal turizme olan talepte artış göstermiştir (Tchetcik, Fleischer ve Finkelshtain, 2006: 1-2). Kırsal turizm gelişim Dünya’da ve Türkiye’de olan gelişmeler olmak üzere iki başlık altında incelenecektir:

2.2.3.1. Dünya’da Kırsal Turizm Gelişimi: Kırsal turizm yeni bir olgu değildir. 19 yy.da sanayileşmiş kentlerde kirlilikten ve stresten kaçmak için bir çıkış yolu olarak kırlarda dinlenme-eğlenceye karşı bir ilgi doğmuştur (Soykan, 2006: 75). 19.yy.da Avrupa’da tren yolu hatlarının tüm turizm endüstrisine cevap verebilecek şekilde büyütürerek yaygınlaştırılmıştır. İlerleyen yıllarda asansör ve teleferik gibi teknolojik gelişmeler bazı bölgeleri popüler turizm çekim yerleri haline getirmiştir. Örneğin, İsviçre’nin Bernese Oberland bölgesi her yaz yarım milyondan fazla ziyaretçi çekmektedir. 20 yy. boyunca kırsal turizm çok geniş alanda uygulanmaya başlanmıştır. Şahsi araca sahip insan sayısının artmasıyla birlikte Avrupa’da karayolunun gelişmesi sonucunda özellikle 1945 yılından sonra seyahat masrafları azalma göstermiştir. Bu faktörler mevcut gelir ve boş zamanın artmasına ve dolayısıyla kırsal turizmde gelişmesini sağlamıştır. Son yirmi yıl içerisinde kırsal turizmle rekabet edebilecek turizm türleri geliştirilmesine rağmen, kırsal turizme olan talep sürekliliğini korumuş, Kuzey Avrupa’daki dört mevsim tatil köyleri gibi yerle popüler olmuştur. Bunun yanında siyasi ve ekonomik problemleri kaldırılmasıyla ve ulaşımın ve iletişimin gelişmesiyle doğaya yönelik dağ motoru ve araçlarla yapılan etkinliklerin gelişmesi sağlanmış, kırsal turizmin insanlara doğal açık alanlarda gerçekleştirilmesi dolayısıyla temiz hava, doğal su popüler hale gelmiştir (Tchetcik, Fleischer ve Finkelshtain, 2006: 5).

Günümüzde Avrupa tarım sektörünün popülaritesinin azalmasıyla birlikte özellikle kırsal bölgeler açısından turizmin potansiyel bir gelir kaynağı olduğu farkına varmıştır. Bu bağlamda Avrupa kırsal turizmi çeşitli programla desteklemekte ve yönlendirmektedir (Tchetcik, Fleischer ve Finkelshtain, 2006: 10). Güney Avrupa’da sosyal yaşam yerleri olarak sayılan kırsal hanlar ve köy otelleri, kır otelciliğinin temsilcileridir. Birçok ülkede kırsal otel girişimciliğini geliştirmek üzere “Logis de France” modeli örnek alınarak çeşitli ulusal kuruluşlar doğmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 29).

Avrupa’da 1994-1999 yılları arasında turizm projelerine 7,3 milyar euro fon aktarılmıştır (Skuras, Petrou ve Clark, 2006: 184). LEADER (Links Between Actions for Development of the Rural Economy) (Kırsal Ekonomi Gelişim Hareket Planları) programı Avrupa’da kırsal gelişim planlarından en ilginç olanıdır. Program 1990 yılında yoğun yerel katılımı ile kırsal alanların tanıtımını yapmak üzere LEADER 1 olarak kurulmuş ve LEADER 2 olarak devam etmiştir. Bu iki LEADER programı toplumsal açıdan kırsal alanları geliştirmek üzere strateji ve planların geliştirmek üzere halk ve özel kuruluşları tarafından finanse edilmektedir. Elde edilen ödenekler turistlerin isteklerine cevap verebilecek altyapıyı oluşturmak, kırsal alan ve yapıların geliştirilmesi, pazarlama, tanıtım gibi faaliyetlerin finanse edilmesinde kullanılmaktadır. Benzer metodlar Büyük Britanya tarafından 1988 yılında Tarım Bakanlığı tarafından The Farm Woodland Scheme (FWS) “Orman Arazileri Çiftlik Ev Planı” geliştirilmiştir. Bu program da doğal peyzajın geliştirilmesi, yabani hayvanlar için yaşam alanların geliştirilmesi, bu alanların turistik ve rekreasyonel amaçlı kullanmak üzere desteklenmesi, kırsal toplumun gelir ve işçi alımı açısından desteklenmesi gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Amerika ve Kanada uluslararası ziyaretçiler tarafından talep görse de özel veya devletin katkısıyla yürütülen planlar açısından kırsal turizm üzerinde fazla etkili olmamıştır (Tchetcik, Fleischer ve Finkelshtain, 2006: 9-10). Amerikalıların %70’den fazlası, bugün kırsal alanlara eğlenmeye gitmektedirler (Soykan, 2006: 76).

Kırsal turizmin büyüme oranı günümüzde Avrupa ve Kuzey Amerika %6 olarak gerçekleşmiş ve kırsal turizmin ekonomiye olan etkisi yıldan yıla artış göstermiştir. İngiltere’de kırsal turizmden elde edilen kazanç miktarı yıllık 14 milyar doları bulmuş ve 380.000 kişiye iş olanağı yaratmıştır. Amerika ve Kanada’da 2002-2004 yılları arasında kırsal iş gücü oranı %3 oranda kalmış ve kırsal alanlara 90 milyon yetişkin insanın ziyaret ettiği

rapor edilmiştir. İsrail'in kuzey bölgesinde %10 oranında ev kırsal turizm amaçlı olarak çalıştırılmıştır (Tchetcik, Fleischer ve Finkelshtain, 2006: 1).

2.3.1.2. Türkiye’de Kırsal Turizmin Gelişimi: Türkiye’nin, pek çok yöre de doğal, kültürel ve sosyal bakımdan yeterli turizm arz kaynaklarının özellikle alt ve üst yapı yetersizliği nedeniyle etkin bir şekilde kullanılmaması ve mevcut turizm bölgelerine yönelik çalışmalara öncelik vermesi turizmin bölgesel düzeyde yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Yinede, Türkiye’nin değişik bölgelerinde yapılan turizm çeşitlendirme çalışmaları bulunmaktadır (Akgül ve Ege: 2003). Bu bağlamda Türkiye, 1990’lı yılların başında batılı ülkelerle rekabet edebilmek üzere farklılaşma çabalarına gitmiştir. Bu yeni felsefenin temelinde turizm dört mevsime yaymak üzere ülkeyi ve ülkenin kültürel, tarihsel ve çevresel değerlerinin baştanbaşa yeniden organize edilmesidir. Türkiye iki tür alternatif turizm üzerinde çalışmaktadır. Bunlardan birincisi botanik, su sporları, yamaç paraşütü, termal ve sağlık turizmi, fiziksel rekreasyon, din ve kültür turizm gibi alternatif turizm türlerini kapsar. İkincisi ise ilkinde yakın olmakla birlikte karavan ve kamping, kuş gözlemciliği, kış sporları, avlanma (Sportif amaçlı balık tutma ve vahşi hayvan) ve golf turizm gibi alternatif turizm türlerini kapsamaktadır (Akça, 2006: 2837).

Ülkemizde kırsal alanda yaşayan insan yoğunluğunun fazla olması dolayısıyla tarım sektörünün büyük öneme sahiptir. Kırsal alanda yaşayan insanların %66,4’ü tarımla uğraşmaktadır. Tarım alanda yapılan yatırımların azalması ve miras yoluyla toprakların parçalanması kırsal alanlarda altyapı, eğitim, sağlık, üst yapı gibi sorunların oluşmasına neden olmuş ve yoksulluk yaygın sorun hale gelmiştir. OECD verilerine göre Türkiye nüfusunun %14,8’i kırsal alanda yaşamakta, %14,2 ev yoksulluk sınırındadır. TÜİK 2002 verilerine göre kırsal alanda yaşayan halkın %36,6’sı yoksulluk sınırın altındadır (Berk ve Akdemir, 2006: 1892-1893). Diğer ülkelerde olduğu gibi kırsal alanların tarımsal açıdan pek olmasa da turizm açısından önemli bir gelir kaynağı olabileceği düşünülerek projeler geliştirilmiştir.

Ülkemizde Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerinde büyük kentlerin ve gelişmiş turizm merkezlerinin yakınındaki bazı köyler günümüzde keşfedilerek, ziyaretlere konu olmaya başlamıştır. Bu köylerin çoğu hafta sonu yürüyüşlerinde gezi güzergahı üzerinde oldukları için uğranılan, çevrelerinde piknik yapılan, kır lokantasında yemek yemeğe gidilen yerlerdir. Bu bağlamda, yerel halk ve yerli turistler köylerin çekiciliğinin farkındadırlar ve bu konuda bazı seyahat acentalarının uzmanlaştığı görülmektedir. Kırsal turizmle ilgili ilk örnekler

1980’li yıllarda görülmüştür. İskandinav pazarına egemen olan Tursem Seyahat Acentası kitle turizminin yanı sıra uzman tur operatörlüğü etkinliklerine de girişmiş ve Karadeniz Bölgesi’nde Ordu ilinin çeşitli köylerinde bulunan köylüler ile anlaşarak konukların bir haftadan üç haftaya kadar değişen süreler içerisinde köy evlerinde ailelerin birer bireyi olarak kalmalarını sağlamıştır. Bu kapsamda gelecek olan turistlere kendi ülkelerinde kış ayları boyunca Türkçe dersleri de verilmiştir. TURSEM’in (1997) iflasından sonra uzun süre bu konu da çalışan başka bir operatör olmamıştır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 32).

Yerel bölgeler arasındaki yoksulluk farkını azaltmak, kırsal toplumun yaşam standartlarını yükseltmek, göçü engellemek ve kültürel farklılıkları en aza indirmek üzere geliştirilen çoğu proje International Fund for Agricultural Development (IFAD) (Uluslararası Tarım Gelişim Fonu) gibi yabancı kaynaklı fonlar tarafından finanse edilmektedir. Bitmiş veya sürdürülmekte olan projeler başlıca şunlardır (Berk ve Akdemir, 2006: 1894):

- Çorum-Çankırı Kırsal Gelişim Projesi (1976-1984),
- Erzurum Kırsal Gelişim Projesi (1984-1989),
- Ordu-Giresun Kırsal Gelişim Projesi (1996-2004),
- Bingöl-Muş Kırsal Gelişim Projesi (1990-1999),
- Sivas-Erzincan-Tunceli Kırsal Gelişim Projesi (1993-2006),
- Yozgat Kırsal Gelişim Projesi (1991-2001).

Bu projelerle ilgili kısaca bilgiler verecek olursak; Çorum ve Çankırı Kırsal Gelişim Projesi iller arasında ilk entegre projedir. Bu projeye tarıma açılmamış ve işlenmemiş arazilerin oranı %46’dan %20’ye düşürülerek, baklagil üretimi artırılıp buğday ve arpa üretimi %60’a yükseltilecektir. Aynı zamanda küçük ve büyük ölçekte sulama projeleriyle yöreye temiz su ve elektrik dağıtımı gibi altyapı hizmetlerinin gelişmesi olanağı yaratılacaktır.

Erzurum’da kırsal gelişim projesinin gerçekleştirilmesiyle birlikte tarımda makineleşme oranı artmıştır. Bunun sonucu olarak üretilen ürün miktarında %8’den %62’ye bir artış yaşanarak üretilen üründe de çeşitlilik sağlanmıştır. Gelir düzeyinin artması ve iş fırsatlarının artmasıyla birlikte köyden kentsel alanlara göç oranı %12’den %5,9’a düşmüştür. Bunun yanında yaklaşık 1200 çiftçi hayvan sağım, arıcılık, traktör bakımı, toprağı işleme ve sebze ekimi konularında bilgilendirilmiştir.

Bingöl ve Muş'da kırsal gelişim projesi kapsamında yeni üretim teknikleri geliştirilmiş, 4310 kişiye istihdam yaratılmış, 1990 ile 1999 yılları arasında yatırımlar sayesinde toplamda 14 milyon ek ürün üretimi yapılmıştır.

Bu kırsal gelişim projelerinden gelişimle ilgili olumlu gelişmeler kaydedilmesine rağmen bazı yönler eksik kalmıştır. Örneğin; hamam, çamaşırhane gibi bazı altyapı yatırımları, Çorum-Çankırı Kırsal Gelişim Projesi kapsamında planlamasına karşın tamamlanmamıştır. Bu alanda yapılan araştırmaların yetersiz ve bazı krediyle ilgili problemlerin (büyük oranda yüksek faiz oranı) yaşandığı görülmektedir. Birleşmiş Milletler komisyon raporuna göre Yozgat Kırsal Gelişim Projesinin yarıda kalmasının nedeni olarak kuruluşlar arası koordinasyon eksikliğinin olması, teknik açıdan yardımın ve finansal desteğin yetersiz kalması öne sürülmektedir. En önemli etken olarak uygun fonsal kaynakların (5 Nisan 1994 Krizi) olmamasıdır.

Türkiye'de kırsal gelişim projeleriyle ilgili temel eksiklikler; devlet planlama teşkilatının karar mekanizması olması, hedef kitlenin taleplerinin dikkate alınmaması, ortak güven atmosferinin yaratılmaması, yer seçiminde politik tercihlerin egemen olması ve bunun sonucundaki finans kayıpları, ilgili kurumlar arasında koordinasyon eksikliği, yerel proje üyelerinin sınırlı yetkilendirilmesi, projelere belirtilen tarihten sonra başlanması ve çok fazla bürokratik aşamadan geçmesidir (Berk ve Akdemir, 2006: 1894-1897).

Sonuç olarak, Türkiye'de kırsal alanlarda turizmin, ekonominin verimli bir sektörü olarak geliştirilmesi isteniyorsa, girilen çabalar arasında koordinasyon sağlanmalıdır. Kırsal ekonominin gelişmesi ancak, devlet, mahalli idareler ve halkın işbirliğiyle sağlanabilir. Turistik talebin faktörlerini iyi tanıyabilmek, talebi etkileyecek çeşitli yönelimleri kavrayabilmek için araştırmaların sürekli olması gerekir. Alışkanlıklardaki değişiklikler veya halkın gereksinimlerini daha uygun düşen yeni turistik arzın ortaya konması gibi değişiklikler yakından izlenmelidir. Turizme katılma ve bir kontrol sistemi oluşturma ve turistik donatımın mülkiyeti genellikle yörede yaşayanlara ait olmalıdır. Yöresel ürünler sunan ticari kuruluşlar, turizm ve rekreasyon merkezlerinin hemen yakınına kurulmalı ve turistik çekiciliklere paralel olarak gelişmesi sağlanmalıdır. Alınacak önlemler, gerekli bütün araçlarla desteklenerek kırsal yaşam düzeyinin yükselmesine yardımcı olmalıdır. Temel yatırımlara katılan otel, motel, restoran gibi tesislere sahip kooperatifler kurulmalı ve var olanlar desteklenmelidir. Yatırıma yönelecek gerçek ve tüzel kişilere gerekli teşvikler sağlanmalıdır. Eğitim ve

uygulama programları sadece turistik amaçlara değil, kırsal alanların temel uğraşısı olan, tarıma da yönelik olmalıdır. Böylece, halkın daha çok ilgisi çekebilecek ve daha geniş katılım sağlanabilecektir. Turizm ve rekreasyon projelerinin ortaya konularak ve finanse edilmesi ile ilgili örgütler arasında her türlü karmaşa ve yetki çalışmasını önleyecek iyi bir koordinasyon sağlanmasına dikkat edilmelidir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 33).

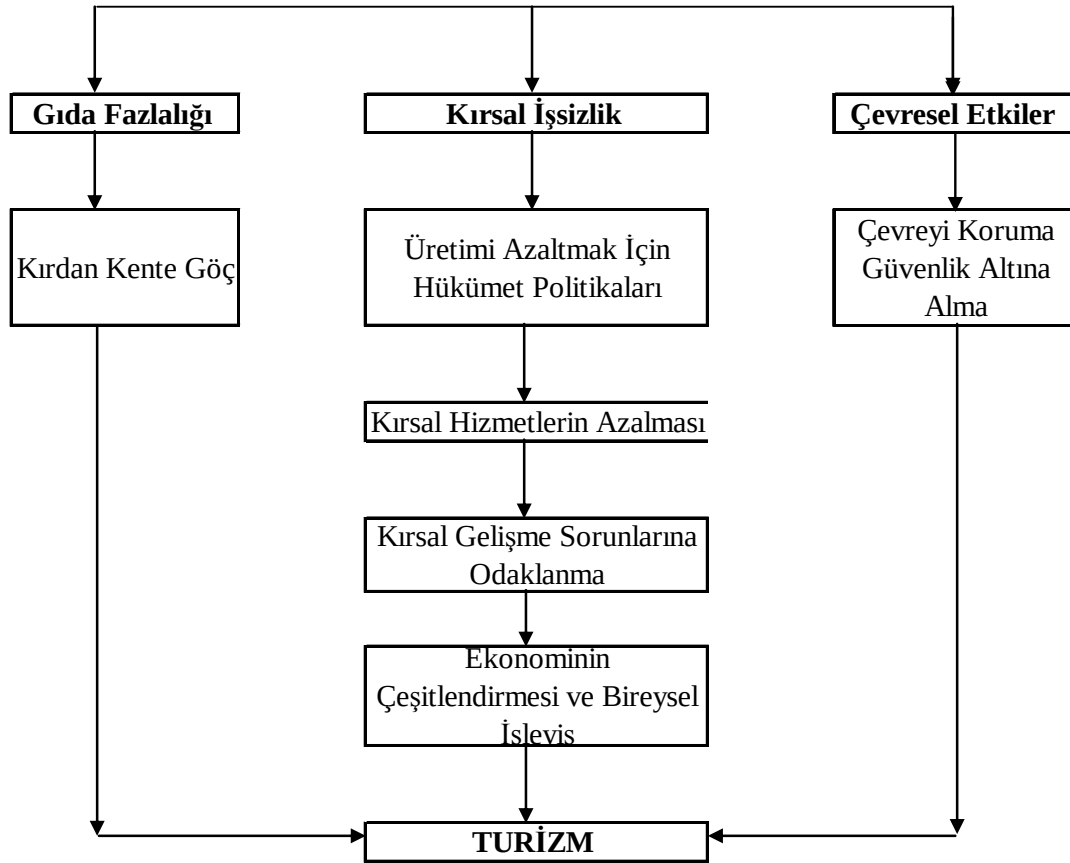
2.3.2. Kırsal Turizmin Gelişme Nedenleri

Kırsal turizm, kendiliğinden, geçici ya da rastlantısal gelişimlerle bugüne ulaşmamıştır. Turizm endüstrisinin gelişim sürecinde rol oynayan faktörler kırsal turizmi de harekete geçirmiştir (Soykan, 2006: 76). Kırsal turizmin gelişmesini sağlayan nedenler uzun dönemlidir. Bunlar seyahat pazarındaki ulaşım, iletişim gelişmeleri ve yönetimlerin kırsal değişmeye yardımcı olma çabaları gibi uzun dönem değişikliklerle ilgilidir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 22). Kırsal turizmin gelişmesinde rol oynayan faktörler şunlardır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008: 68):

- İnsanların eğitim-kültür düzeylerinin artması,
- Miras değerlerine ilginin artması ve koruma bilincinin uyanması,
- Boş zamanın artması,
- Ulaşım ve iletişim araçlarının gelişmesi,
- İnsanların sağlık sorunlarına karşı giderek daha duyarlı olması ve boş zamanlarında aktif olmaya önem vermesi,
- Özel gıdalara ilginin artması,
- Ekolojinin son on yıl boyunca siyasi sorumlular için önemli bir konu haline gelmesi,
- Otantikliğin bir kalite belirtisi olarak kabul görmesi,
- Sessizlik ve sükunetin çok sayıda turistin istek ve talebi haline gelmesi,
- Yaşlı nüfusun sağlıklı ve aktif bir yaşamı tercih etmesi,
- Öğretici, macera katıcı ve insanların ruhunu zenginleştirici seyahatlerin çoğalması,
- Bireyselleşmenin artması,
- Kırsal örgütlerin kurulması ve yaygınlaşması,
- Çevre kirliliğinin artması,
- Turizm talebinin değişmesi,
- Kırsal turizmin bir kalkınma aracı olarak görülmesi.

Dünyada geniş uygulama alanı bulan kırsal turizmin gelişim süreci Şekil.2.2.'de gösterilmektedir. Şekle göre kırdan kente göçün önlenmesi, kırsal işsizliğin çözülmesi ve sürdürülebilirlik açısından çevresel değerlerin koruma altına alınmak istenmesi kırsal turizmin gelişmesinin temel nedenlerini oluşturmaktadır.

Şekil.2.2. Kırsal Turizm Gelişim Süreci



Kaynak: Kiper, Tuğba. (2006). Safranbolu Yörükköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara, S. 49.

Kırsal turizmin gelişiminde kent kökenli organize çevre turları, amatör gezginler, gezi ile dergi, kitap ve gazeteler, televizyon programları, bilinçli yerli ve yabancı turistlerde büyük rol oynamaktadır. Aynı zamanda yerel halkın turizme karşı tutumu, isteği ve teşvik edilmesi de kırsal turizmin gelişmesini etkilemektedir (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008; 69).

2.3.3. Kırsal Turizmi Geliştirmede Strateji Yöntemleri

Kırsal turizmi geliştirmede 5 farklı strateji yöntemi kullanılmaktadır. Bunlar (Soykan, 2006: 76);

- **Örgütlenme ve İşbirliği:** Turizmin (özellikle de kırsal turizm) çoklu-parçalı yapısı nedeniyle, başarılı bir kırsal turizm başlangıcı ve yönetimi için iyi bir örgütlenme gereklidir.

- **Sektörel İlişkiler ve Ağlar:** İzole olmaktan kurtulmak bir kırsal turizm yatırımcısı için oldukça zordur. Turistik ürünleri sağlayanlar arasında ağları ve ilişkileri düzenleme hayati önem taşır. Sözgelimi bir çiftlik sahibi ile at binicilik merkezi arasında sıkı işbirliği onlara bölge dahilinde at binmeye dayalı tatillerin organize edilme fırsatını tanır.

- **Bölgeleme Yaklaşımı:** Belirli bir destinasyonun kültürel ve doğal zenginliklerini değerlendirmek üzere kırsal turizmde bölgelemeye gidilebilir.

- **Biraraya Gelme:** Daha iş başında, eğer girişimciler biraraya gelirlerse kırsal turizmin ekonomiye finansal katkı verme şansının yüksek olacağı bilinmelidir. Genellikle köyler; konaklama, kültürel çekicilikler, alışveriş birimleri, enformasyon büroları, etkinlikler bazında hizmet verirler. Bunlar ziyaretçinin yaşamını kolaylaştırırlar, tamamlayıcı turistik ürünler girişimci ile müşteri arasında karşılıklı bağların korunmasını sağlarlar (Soykan, 2006: 76).

2.3.4. Kırsal Turizmi Geliştirmenin Temel Hedefleri

Kırsal turizmi geliştirmenin 6 temel hedefi bulunmaktadır. Bunlar (Soykan, 2006: 76-77);

- **Ekonomik Amaçlar:** Kırsal turizm mükemmel bir iş kaynağıdır. Kırsal turizm, kırların boşalma noktasına gelmesine yol açan tarımsal gerilemelerin önüne geçmek, ekonomik etkinlikleri zenginleştirmek ve geleneksel kırsal etkinlikleri canlandırmak için adeta “reçete” gibidir.

- **Çevrenin Korunması:** Çevre, kırsal turizmin sermayesi olarak büyük önem taşır. Kırsal turizme kendini adanmış yatırımcılar yoluyla en iyi uygulamalar, dengeli bir planlama, düzenlenmiş bir yasa, çevrenin korunmasını garanti etmektedir.

- **Hukuksal Çerçeve:** Kırsal turizmin başarısı için gerekli temel koşul, bir yasaya sahip olmasıdır. Birçok devlet organının aktif katılımı zorunludur.

- **Yaşam Kalitesi:** Kırsal alanlara ziyaretçilerin akımı, mevcut hizmetlerin canlılık kazanmasına ve yerel nüfusun yaşam kalitesini iyileştirmeye katkı verebilir.

- **Gelenekleri ve Kültürü Koruma:** Ziyaretçiler için yerel gelenekler ve kültürün önem taşıması, bu değerlerin uzun vadede korunmasında baş rolü oynar.

- **Pazar Ekonomisini Geliştirme:** Turizm, pazar ekonomilerine odaklanmış güncel ekonomiler için destek güç oluşturur.

2.3.5. Kırsal Turizm Uygulamaları

Kırsal turizm, turizmi geliştirmede temel faktör olarak kabul görmektedir. Kırsal turizm, iç turizm açısından sürdürülebilirlik konusunda büyük fırsat oluşturması yanında, uluslararası turizm açısından da rekabet genişletmesi ve kırsal turizme katılan ülkelerin beklentilerine uygun altyapı tesislerinin kurulması takdirde yaratacağı potansiyel turistik taleple sürdürülebilirlik uluslararası turizm içinde geçerli olacaktır (Vasquez vd, 2005: 37). Bu bağlamda ülkemizde ve uluslararası düzeyde kırsal turizm alanında gelişme kaydetmiş kırsal turizm uygulamalarına iki başlık altında değinilmiştir.

2.3.5.1. Dünyada Kırsal Turizm Uygulamaları: Kırsal turizm, bir tarafta kent insanının dinlenme gereksinimini karşılaması, diğer taraftan tarımla kolay uyum sağlaması ve birçok turizm türüyle entegre olabilen yapısı nedeniyle çok sayıda ülkede yerini almıştır (Kiper, 2006: 21).

Avrupa’da ve dünyanın diğer köşelerinde demografik, sağlık, farkındalık ve eğitim, boş zaman, seyahat deneyimi, yaşam biçimi, bilgi teknolojisi, ulaşım, sürdürülebilirlik, emniyet, güvenlik gibi konularda meydana gelen değişimler, turizmi de önemli ölçü de etkilemektedir. Dünyada değişen bu turistik taleple insanlar alternatif turizm türlerine yönelmektedirler. Alternatif turizm türlerinden biri olan kırsal turizm, Avrupa başta olmak üzere ABD, Kanada, Yeni Zelanda, Japonya gibi dünyanın diğer köşelerinde, yeni turizm eğilimleri doğrultusunda,

gelişme potansiyeli en yüksek turizm türlerinden biri olarak yerini almakta, uygulama alanları ve aktiviteleri her geçen gün çeşitlenmektedir (Soykan, 2006).

Son on yıl içerisinde, Avrupa kırsal turizme olan artan talebi fark etmiş artan talebe uygun olarak altyapı ve hizmetleri geliştirmeye ön ayak olmuştur (Dettori vd, 2004). Günümüzde, Avrupa’da kırsal turizmde yol katetmiş birçok ülke (Fransa, Avusturya, İtalya, Almanya, İngiltere, İrlanda, İsviçre, Hollanda, Belçika, İspanya, Portekiz, İskandinav ülkeleri vd.) bulunmaktadır. Kırsal turizm, bu ülkelerde iç turizm yanında, dış turizme de hizmet verir bir düzeye ulaşmıştır (Soykan, 2006: 84). Avrupa’da yapılan Avrupa Kongresinde belirtilen verilere göre yaklaşık 200,000 yatırımcı bulunmakta ve 2 milyon’dan fazla yatak kapasitesi vardır. Kırsal turizme yapılan yıllık harcama 12 milyar euro civarında ve katma değer ve çarpan etkisi de eklendiğinde gelir 26 milyar euro’ya ulaşmaktadır. Bunun yanında kırsal turizmde 500,000 kişi için istihdam yaratmaktadır (Dettori vd, 2004).

Avrupa Birliği Komisyonu (1999) Genel Turizm Birimi tarafından “Towards Quality Rural Tourism” (Kırsal Turizmde Kaliteye Doğru) başlığıyla 15 farklı yerleşimde gerçekleştirilen ve sonuçları yayınlanan çalışmada kırsal turizmin giderek daha fazla ilgi gördüğü ve dolayısıyla bu alanda sürdürülecek faaliyetlerin bir bütünlük içerisinde icra edilmesi gereği vurgulanmaktadır. Çalışmada ana hareket noktasını kırsal turizm faaliyetleri oluşturmaktadır. AB üyesi ülkelerde farklı özellikleriyle ön plana çıkan 15 küçük yerleşimde “Integrated Quality Management” (Bütünleştirilmiş Kalite Yönetimi) yaklaşımıyla ve sürdürülebilir turizm çerçevesinde önemli ilerlemelerin kaydedildiği ifade edilmektedir. IQM yaklaşımı turistlerin hoşnutluğu, yerel ekonominin geliştirilmesi, çevre değerleri ve yaşam özelliklerinin korunması konuları üzerine odaklanmaktadır. Yaklaşımın temel önerisi her kesimin konuya yönelik duyarlılığının artırılmasıdır. Modelin, örnek olarak sunulan 15 yerleşimde başarılı sonuçlar vermesinde eğitim faaliyetleri kritik öneme sahiptir. Kontroller ve geri bildirimler ile aksayan yönlerin yeniden gözden geçirilmesi başarı ve sürekliliğin sağlanmasındaki diğer önemli unsurlardır (Yağcı, 2003).

IQM (Bütünleştirilmiş Kalite Yönetimi) bu on beş küçük yerleşim birimi şunlardır; Ballyhoura (İrlanda), Basilicata (İtalya), Bregenzerwald (Avusturya), Lungau (Avusturya), Montana de Navara (İspanya), Pays Cathare (Fransa), Pohjois Karjala (Finlandiya), S.chsische Schweiz (Almanya), Schouwen West (Hollanda), Sitia (Yunanistan), Skaft.rhreppur (İzlanda), Trossachs (Büyük Britanya), Vale do Lima (Portekiz), Vallonbruk

(İsveç) ve Vosges du Nord (Fransa)'dır (europa, 2000). Bu yerleşimlerle ilgili bilgiler ülke başlıkları altında daha geniş olarak değinilecektir. Uluslararası kırsal turizm uygulamaları ülke başlıkları altında değinilmiştir.

- **Yunanistan:** Yunanistan turizminde mavi (deniz) ve beyazın (adalar) egemenliği sürerken, onlara son birkaç yıldır “yeşil”in de eklendiği görülmektedir. 2003 yılında Fransa-Yunanistan ortaklığında, kırsal alanlarda ilk kez, küçük kapasiteli geleneksel konaklama birimlerinden oluşan “GUEST INN” konaklama ağı yaratılmıştır. Bu ağda, ülkenin toplam 13 bölgesinin 9’unda 42 üyeye sahip, 357 oda ve 1010 yatak yer alır. Konaklama şekilleri çeşitli türdedir: geleneksel pansiyon, misafir odası, geleneksel stüdyo tipi apart evler, eski geleneksel evler, geleneksel otel ve çiftlik evi (Soykan, 2006: 84).

Yunanistan’da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi “Sitia”dır. Çok güzel bir sahil şeridinde sahiptir. İç kısımlarda çeşitli bölgelere ayrılmış köy, tarihsel yapı, üzüm bağı ve zeytinlikler barındıran çok hoş kırsal alanlara sahiptir. Sitia yerleşim merkezinde sadece 10 bin insan yaşar, çok köyde 1000 den az insan barınır. Sitia’da küçük oranda kitle turizmi görülmektedir. Sitia’da Sitia şehrinin kendi ve güney şeridindeki Makrigialos olmak üzere iki tatil bölgesi bulunmakta ve bu yerlerde çok sayıda otel ve kiralık çiftlik evi bulunmaktadır. İç bölgelerde ise kapasiteye uygun olarak çoğunlukta oda olmak üzere daha az imkanı konaklama imkanları sağlanmakta ve yiyecek işletmeleri bulunmaktadır. Bu yerleri ziyaret edenler çoğunlukta Kuzey Avrupa ülkelerinden gelen bireysel turistler veya herşey dahil kapsamına dahil olarak gelen turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Hedef pazarın büyük çoğunluğunu doğal alanlar, kültürel miras ve tarihsel kalıntılara ilgi duyan orta yaş grubu insanlar oluşturmaktadır (europa, 2000).

- **Polonya:** Polonya’da kırsal turizm, 19. yüzyıldan beri bir gelenektir ve kırsal alanlarda “yeşil turizm” anlamına gelmektedir ve agroturizm, ekoturizm ve aktif turizm (kırlarda spor aktiviteleri) olmak üzere üçlü bir yapıya sahiptir. Devlet (Kırsal Kalkınma ve Tarım Bakanlığı), bölgesel planlama ve kalkınma, çiftliklerde turizmin gelişmesine yardım konularında, yerel dernekler ve toplumsal örgütler ise kırsal turizmin yönetimi de yardımcıdır. Ayrıca kırsal turizmin geliştirilmesi için; Tarımın Yeniden Yapılandırılması ve Modernizasyonu Ulusal Ajansı, Polonya Kırsal Turizm Federasyonu “Konuksever Çiftlik Evleri”, ECEAT-Polonya (Avrupa Ekolojik Tarım ve Turizm Merkezi) gibi özel ağlar yaratılmıştır. Konaklama olanakları, yatak+kahvaltı hizmeti veren kırsal konutlarda ve

pansiyonlarda mevcuttur. Ülkede 7400 agroturizm çiftliği, 11.260 pansiyon-kırsal konut ve 126.389 yatak vardır. Başlıca etkinlikler dağcılık ve at binme ile ilgilidir. Turistlerin %93'ü Polonyalı, %7'si Alman'dır. Kırsal turizmde kalite 1997 yılından beri "Çiftlikte kardeşlik ve misafirlik" sertifikası ile belgelenir ve kalite sertifikası iki yıl için geçerlidir (Soykan, 2006: 85).

- **Macaristan:** Kırsal turizm, Macaristan ekonomisi için önemli olan turizm sektörünün bir parçasını oluşturur. Macaristan yüksek dağlara, yağmur ormanlarına, deniz kıyısına, egzotik hayvan sürülerine ve gösterişli doğal güzelliklere sahip olmamasına rağmen; Macar halkının misafirperverliği, küçük köylerdeki çekici kültürel doku, kaplıca ve ılıcalar, ırmaklar ve göller sakin bir yerde dinlenmek isteyen turistlere mutluluk verici olanaklar sunar. Yerli turistlerin tersine, son zamanlarda yabancı turistlerin Macaristan'daki kırsal turizm faaliyetlerine olan ilgisi giderek artmaktadır. Yabancı turistler daha çok Balaton Gölü civarında organize edilen atlı gösteriler ile folklor programlarına talep oluşturmaktadırlar (Morgül, 2006: 76).

Macaristan'da kırsal turizm'den "Ulusal Kırsal Turizm ve Agroturizmi Geliştirme Federasyonu" sorumludur. 1994 yılında kurulan bu organizasyona 19 bölgesel organizasyon bağlıdır. 1500 otel, federasyon tarafından kalite belgesi olan 8000 konaklama birimi ve 40 bin konut, kırsal turizmde hizmet vermektedir. Macaristan'ın kırsal turizm çekicilikleri; doğal ortam (özellikle termal sular), kırsal yaşam, tarımsal aktivite, gastronomi, kültür ve miras şeklinde sıralanmakta, tipik ürünler ise; yerel festivaller, şarap üretimi "şarap yolu", elma bahçeleri, ekolojik ürünler, yerel mimari, seramik, geleneksel giysiler vb.dir (Soykan, 2006: 85).

- **İtalya:** Kırsal turizm İtalya'da ilk kez 1965 yılında Alto Adige bölgesinde uygulanmaya başlanmıştır. Günümüzde, bakanlık düzeyinden, bölgesel konseylere ve ticaret odalarına kadar birçok kurumun sorumluluk alanı dahilindedir ve ulusal organizasyondan ANAGRITOUR sorumludur. Bu oluşum içerisinde Agriturismo, Terranostra ve Turismo Verde yer almakta "Çiftlikte Tatil" sloganıyla hizmet verilmekte, broşür ve rehber kitaplar yayınlanmaktadır (Soykan, 2006: 84).

İtalya'nın Sardina bölgesi içinde yer alan Oristano, Avrupa Ekonomik Birliği'nce desteklenen bir çiftçi kooperatifince (Allevatrici Sarde) 1960'lı yıllardan bu yana kırsal turizm

faaliyetlerinin sürdürüldüğü ilk ildir (Dettori vd, 2004). İtalya'nın kırsal turizmde en gelişmiş ve en ünlü bölgesi Toskana'dır. Kırsal turizmde 2004 yılında merkezi hükümet 441 milyon Euro finansal destek vermiştir. Pazarlama da e-pazarlamanın payı %40'dır (Soykan, 2006: 84). 2002 ISTAT (İtalyan İstatistik Enstitüsü) verilerine göre, İtalya kırsal turizm alanında faaliyet gösteren işletme sayısı 1 milyona, konaklayan turist sayısı ise 5 milyona ulaşmış ve ortalama konaklama süresi 5,5 gün olarak belirlenmiştir. Yabancı ziyaretçiler ortalama 6,8 gününü yerli ziyaretçiler ise ortalama 4,3 gününü bu alanlarda geçirmektedir. İtalya da yaklaşık 8,600 yatımcı bulunmakta 102,000 yatak kapasitesine sahiptir (Dettori vd, 2004).

İtalya'da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi "Basilicata"dır. Basilicata İtalya'nın güneyinde küçük bir bölgedir. Yaklaşık 10 bin km² alana sahiptir ve bu alanın %93'ü tarımsal arazi veya ormandır. Zengin bitki örtüsüne ve başta Yunan tapınakları olmak üzere Eski Roma termal kaplıcalarından "NORMAN" kalelerine ve ortaçağ manastırlarına kadar geniş kültürel mirasa sahiptir. Basilicata turizm açısından çok fazla olanağa sahip değildir. Toplam 461 konaklama girişimcisi bulunmakta ve bunların 200'ünü oteller oluşturmakta geri kalanı tarımsal turizm alanında değerlendirilmektedir. Turizm yavaş yavaş gelişmekle birlikte 1996 yılında toplam ziyaretçi sayısı 270.000'e ulaşmıştır. Yaz sezonunda ziyaretçi yoğunluğu kıyı kesiminde olurken iç kesimlerde az sayıda ziyaret olmaktadır. Bunun nedeni olarak yörenin henüz imaja sahip olmaması gösterilebilir. Bununla ilgili olarak yerel kültürel mirası, doğal güzelliği, gelenekleri ve yöresel yemekleri uluslararası ziyaretçilerin olduğu kadar yerli ziyaretçiler içinde gizemini korumaktadır (europa, 2000).

- **Fransa:** Kırsal turizm Fransa'da ilk olarak 1951 yılında gelişmeye başlamıştır (Dettori vd. 2004). Fransa'da ilk kez köy evleri, 1951 yılında Alpes de Haute Provence bölgesinde turizme açılmış, yazın iki ayı boyunca köylülerin turistleri ağırlaması sağlanarak, kırsal turizm gerçek anlamda başlamıştır (Kiper, 2006: 60). 1969 yılında Fransız Hükümeti var olan hizmetleri ve boş zaman aktivitelerini çeşitlendirmek üzere "Chambre d'Hotes" adı verilen yeni bir turist konaklama seçeneği geliştirmiştir (Dettori vd, 2004). Kırsal turistik alanlar, Fransızların en sık ziyaret ettikleri yerdir (%36) ve ülkedeki iç turizm gecelemlerinin de %33'ü de buraya aittir. Ayrıca bu alandaki gecelemlerin %70'i ikinci konutlar, dost ve akraba evlerinde gerçekleşmiştir. Yabancıardan en çok, İngilizler, Belçikalılar, Hollandalılar ve Almanlar kırsal turizmi tercih etmektedirler. Ortalama kalış süreleri 5 gündür (Soykan, 2006: 85).

Fransa’da kırsal alanlarda turizmin gelişmesinde temel çekiciliklerden birini kırsal yollar oluşturmaktadır. Her kırsal yürüyüş güzergahı için kendine özgü bir kimlik yaratılmıştır. Öyle ki, kimileri tarım ve hayvancılık alanlarını, kimileri manzaralı ilginç doğal mekanları, kimileri de eşsiz kültür hazinelerinin yer aldığı yerleşmeleri temsil etmektedir. Kırsal yolların yönetimi, korunması ve geliştirilmesi konularında da çok sayıda plan ve program oluşturulmuştur. Bu planlarda kırsal gezi yollarını korumak kadar, bir kısmını da rezerve ederek geleceğe bırakmak anlayışı yer almıştır. Valilikler dahilinde her bir kırsal yolun uzunluğu 1000-12000 km arasında değişmektedir. Yolların çeşitli mola noktalarında da konaklama imkanları yaratılmıştır.

Turizm yoluyla kırsal evler ve çiftlikler konaklamaya uygun hale getirilerek hizmete sokulmuş, çiftlik ürünlerinin yerinde satışı sağlanmıştır. Çiftlik turizmi uygulamalarına Ariege bölgesinden bir örnek verilebilir. Bu bölgede birbirine bağlı ve tamamlayıcı etkinliklerle 6 çiftlik 6 mola noktasında hizmet sunar. Her biri ayrı isimlerle anılan bu ziyaret noktalarında; gelenekselliği temsil eden çiftlikte peynir imali ve satışı, ilginçliği simgeleyen çiftlikte tıbbi ve aromalı bitkiler üretimi ve satışı, doğa içerikli çiftlikte atlı gezinti ve uzun yürüyüş turları düzenlenmektedir. Bir başka etkinlik de ziyaretçilerin kendi ürünlerini bizzat kendilerinin üretmeleridir. Kırsal turizme ait başka bir uygulamada da çiftlik içerisinde özel bir etkinliğin hedef alınmasıdır. Örneğin, Soulages-Bonneval’de merkez etkinlik golftür ve bütün hizmetler onun etrafında toplanmıştır. Kırsal evlerin ticarileştirilmesi de bir başka proje örneğidir. Bu amaçla boş duran tarım ve bağ evleri konaklamada yararlanmak üzere restore edilerek geleneksel mirasın yaşatılması sağlanmıştır. Ayrıca eğitsel amaçlı projeler de yer almaktadır. Soulages-Bonneval’da “keşif çiftliği” projesi adı altında tarımın nasıl yapıldığını göstermek amacıyla bir müze kurulmuştur. Böylece daha önce az gelir getiren et-süt hayvancılığı ve tarıma uygun olmayan topraklar turizm sayesinde yeni bir kimlik kazanmıştır. Bir başka proje de “ziyarete açık çiftlikler” fikri ile mevsim meyvelerini bir şenlik kapsamında tanıtmak ve pazarda satmak amaçlanmıştır (Kiper, 2006: 62).

Fransa’da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi “Pays Cathare”dir. Fransa’nın güneyinde yer almaktadır. Dağlık ve kırsal alanlara sahip Pays Cathare’nın nüfusu 58 bindir. Yörenin ekonomisinde şarap üretimi en büyük rolü teşkil etmekte turizm ise ekonomide ikinci sırada yer almaktadır. Yöreyi ziyaret eden turistlerin %38’i otellerde konaklamakta, %17’si ise oda+kahvaltı konaklamaktadır. Turizm genellikle

yörenin kıyı kesimlerinde ve kentsel alanlarında gerçekleşmektedir. Pays Cathare'ın kırsal ve dağlık alanlarında konaklama olanakları sınırlı olup sadece 22 otel ve 32 kamping alanı bulunmaktadır. Yöreye olan talep artış göstermekle birlikte, genellikle kısa süreli, kırsal bölge ve kültürel etkinliklere talep yoğunlaşmaktadır (europa, 2000).

- **İspanya:** İspanya'nın Andalucia (Endülüs) bölgesi kırsal turizm açısından en gelişmiş bölgesidir. Andalucia'nın doğusunda yer alan Grenada bölgesindeki *Comarca Guadix-Marquesado* ili 1994 ile 1999 yılları arasında LEADER II programından yararlanılmış, şu an ise LEADER+ ve PRODER A⁵ programlarından yararlanılmaktadır. LEADER II programıyla alana 13,45 Milyon Euro fon aktarılmış, bu fonun 8,10 Milyon eurosu özel sektörden ve 5,35 milyon eurosu İspanya ve Avrupa'dan aktarılmıştır (Cena ve Calatrava, 2006: 6). Andalucia bölgesinde kırsal turizmin gelişmesinin altında yatan önemli etkenler; geniş doğal çevre, ılıman iklim yapısı ve yılda ortalama 300 gün güneş alabilme özelliği olarak açıklanmaktadır. Kırsal turizm kapsamında ziyaretçilere kamp yapma, ata binme ve atlı gezi, doğa yürüyüşü ve dağ bisikleti gibi olanaklar sunulmaktadır (Akça, 2004: 64).

İspanya'da kırsal turizm uygulamasına diğer bir örnek, Crufia ve Pontevedra bölgelerindeki 9 kırsal yerleşmeyi içine alan "Portodemouros Programı" verilebilir. Programın hedefi bölgenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktır. Proje kapsamında; kırsal turizm ve çevre eğitimi verme, geleneksel el sanatlarını destekleme, yeni işler ve ürünler yaratma, halk kültürünü turistik sunuma hazır hale getirme, doğal çevreye uygun spor dallarını geliştirme, doğanın keşfi için rekreatif bölge düzenleme ve köy evlerini yeniden düzenleme yer almaktadır. Kırsal turizm uygulamasına diğer bir örnek, Galiçya sınırında Asturias'lerin doğusunda Taramundi bölgesinde geliştirilen bir projedir. 1983 yılında yerel otoriteler, bölge valiliği ile bir araya gelerek, bölgenin gelişme olanaklarını analiz etmişler ve turizmin geliştirilmesine karar vermişlerdir. Bu amaçla; açık hava rekreasyon etkinlikleri ve yürüyüş yolları düzenlenmiş, kırsal miras olarak ambarlar ve değirmenlerin de restorasyonu yoluna gidilmiştir. Özel girişimciler köy evlerini turistik kullanıma hazır hale getirerek restoran hizmeti vermeye başlamışlardır. Beldenin el sanatlarını simgeleyen bir logo (bıçaklar, çakılar, bakır, ağaç, peynir, reçel, bal, dokumacılık) yaratılmıştır (Kiper, 2006: 66).

İspanya’da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi “Montana de Navara”dır. Montana de Navara, Navarra bölgesinin kuzeyinde yer alır. Geniş orman alanları, korunmuş ve tarımsal arazilerle eşsiz peyzaj güzelliğe sahiptir. Montana de Navarra kırsal turizm açısından İspanya’da büyük önem arz etmektedir. Bölgede geçen 15 yıl içerisinde kırsal turizm açısından hem arz hem de talep yönünden önemli gelişme kaydedilmiş ve turizmin kırsal ekonomiyi güçlendirdiği fark edilmiştir. Bölgede 4 adet otel, 20 tane kırsal otel ve 272 tane konaklamaya açılmış kırsal ev ve yaygın kamp alanları vardır. Navarra’ya gelenlerin yarıya yakını Navarra bölgesinden ve Basque ülkesinden, %30’u İspanya’nın diğer bölgesinden ve %20’si yurtdışından gelir. Yöreyi ziyaret edenlerden çoğunluğu genç olup ortalama kalış süreleri 3 ile 5 gün arasında değişmekle birlikte daha uzun süreli konaklamalarda vardır (europa, 2000).

- **Yeni Zellanda:** Kırsal ve kentsel içeriği ile kültürel ve doğal kalıtım deneyimleri ve kırsal görünümünün farklılaştığı Güney Yeni Zelanda ülkenin en önemli turistik bölgesidir. Otago ve Sauthland ülkenin güney bölümünün illerindendir. Şu anda Yeni Zellanda’nın deniz aşırı 1,5 milyon üzerinde ziyaretçisi vardır. Bunlardan 516.000’i Otago’yu, 241.000’i de Sautland’ı ziyaret etmektedir. Yeni Zellanda ekonomisinin temeli tarımdır ve turizm ona ek olarak gelişme göstermektedir.

Ülkede kırsal turizmin etkisiyle birçok çiftlik, turizm aktivitelerinde kullanılmaya başlanmıştır. Yerel otoriteler; yerel festivalleri, balıkçılık, rehberlik ve yerel tur organizasyonları gibi küçük çaplı girişimleri teşvik etmişlerdir. Bazı bölgelerde bandi jamping, rafting ve hava aktiviteleri gelişmektedir. Güney turizm bölgesi geniş bir kırsal alana ve kültürel ürünlere sahiptir. Batıda Alpine Dağları farklı görüntüler oluşturmaktadır. Fiordland sahili, Milford Saund ve Daubtful Sound Dünya’nın en vahşi bölgelerinden biri olmuştur. Milford Track, The Routeburn ve Kepler gibi yürüyüş parkurları belirlenmiştir. İç kesimlerde kışın -25 °C’ye kadar düşen soğuklar görülmesine karşın yazın sıcaklıklar +40 °C’ye kadar çıkmaktadır. Aşırı iklimsel değişimler ve geniş alanlar farklı sebze türlerinin yetişmesine olanak tanır. Ayrıca şarap endüstrisinin yanısıra devekuşu, geyik gibi hayvanların üretimi gerçekleşir. Güney Zellanda’nın birçok bölgesi ürettikleri ürünler ile özdeşleşmiştir. Örneğin, Gora kasabası alabalıkları, Clinton kasabası atları, Cromwell meyveleri ile ön plana çıkmıştır. Tarımsal ve pastoral olaylara dayanan şovlar ve dernek şenlikleri özel bir dizi festivaller hazırlanmaktadır. Meyve bahçesi ve Açelya (*Rhododendron*) haftasını kutlayan “Aleksandra Bloom Festivali” bunlara bir örnektir. Her sene farklı bir yerleşimde at yarışları

düzenlenmektedir. Büyük kayak merkezlerinde de at yarışları düzenlenmektedir (Kiper, 2006: 68).

- **İrlanda:** İrlanda’da kırsal turizm, 1990 Turizm Avrupa Yılı ve LEADER programlarıyla yöresel bağlamda kırsal turizmi tanıtmaya ile ilgili projelerde destek sağlanmıştır. Kırsal alanlarda yaşayan halkın ekonomik açıdan ekonomiyeye olan etkisinin fark etmeleri sonucunda turistik ürünün bir parçası olmuşlardır (Kneafsey, 1998: 111).

İrlanda’da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi “Ballyhoura”dır. Ballyhoura, İrlanda’nın güney batısında Limerick ile Cork arasında geniş bir kırsal bölgede yer alır. Peyzaj açısından az oranda çayırlarla kaplı alan, tepelerle çevrilidir ve ağırlık oranda tarımla ve sütçülükle uğraşılır. Ballyhoura turizm açısından kültürel bir mirasa sahip olmamasına karşın kırsal turizm açısından çekiciliğini korumakta, bozulmamış kültürel yapısı ve gelenekleri ve görenekleri yaşatmalarıyla dolayısıyla turiste orijinal bir kırsal turizm örneği sunmalarından dolayı çekiciliğini yitirmemektedir. Bölge 1986 yılından itibaren İrlanda’nın ilk Toplum Turizm Birliği (Community Tourism Cooperative) olan “Ballyhoura Failte” çabaları sayesinde turizme açılmıştır. Bu bağlamda konaklama olanaklarının yaratılması, tarımsal arazilerin kırsal turizme açılması gibi küçük ölçekli çekiciliklerin yaratılması ve kırsal rekreasyon faaliyetlerinin yaratılması gibi olanaklar yaratılarak kırsal turizm temelleri atılmaya çalışılmıştır. Ballyhoura’yı ziyaret eden ziyaretçiler genellikle grup olarak gelmekte ve eğitim amaçlı ziyaretler gerçekleştirilmektedir. Yöre ulusal ve uluslararası düzeyde talep almakta ve yöreyi ziyaret eden ziyaretçi sayısı gerek bireysel gerekse grup düzeyinde artış göstermektedir (europa, 2000).

- **Almanya:** Almanya uzun kırsal turizm geleneğine sahip bir ülkedir. Ülkenin kırsal turizm geçmişi 150 yıldan daha öncelere dayanmaktadır. Öyle ki o zamanlarda bile tatiller, kente yakın köylerde ve genelde yamaç bölgelerinde geçirilmiştir.

Güney Almanya’da Oberschwaben Allgau Bölgesi olarak adlandırılan bir bölge içindeki Baden-Württemberg eyaleti kırsal turizm açısından gelişmiş bir bölgedir. Bölgenin peyzajı, geçen 3 buz çağının sonucu oluşmuştur. Büyümüş ve geri çekilmiş buzullar Alpler’e yakın güney bölmelerinde genellikle yüksek kabartmalı bir tepecik şeklini almışlardır. Büyüyen ve çürüyen bitkiler engebeli alan içinde birçok sığ göle dönüşmüştür. Çok sayıdaki göl bölgenin peyzaj çekiciliğini arttırmakta ve bütün su sporları aktivite çeşitleri için olanaklar

sunmaktadır. Yükselteler, eğimler ve toprak tiplerindeki farklılıklardan dolayı, alanın kuzeyi genelde tarım çiftçiliği, güneyi ise mandıracılığa doğru gelişme göstermiştir. Bölge güçlü bir mevsimlik talep ile karakterize edilmektedir. Mevsimlerin değişkenliği bu bölge için kırsal ve çiftlik turizminde ana faktör olmuştur. Bölgede görülen kırsal turizm ev halkının gelirine katkı sağlamakla birlikte özellikle kent insanlarına da kırlara yönelik çekicilik sağlamaktadır.

Almanya’da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi “Sächsische Schweiz”dir. Sächsische Schweiz (Saxon Switzerland) Almanya’nın güneydoğusunda yer alan 360 km² alana sahip küçük bir yerleşim birimidir. Yöre çok ünlü olan çok sayıda kumtaşının biraraya gelmesiyle kayalarla ve Elbe nehriyle birleşen bir peyzaja sahiptir. Bunun yanında çok sayıda kale ve diğer doğal çekiciliklere de sahiptir. Çek Cumhuriyeti’ne sınır olan Dresden şehrine 25 km. yakınlıktadır. Sächsische Schweiz turizm açısından yıllardır popüler turizm merkezi olmuştur. 15000 bin yatağa sahiptir ve 1997 yılında gün aşırı konaklamalar 1,8 milyona ulaşmıştır. Bölge aynı zamanda çok sayıda gününbirlik ziyaretçileri de karşılamaktadır (europa, 2000).

- **Kanada:** Kanada’da insanların kırsal alanlara ve tarihsel turizme yönelik artan ilgisi ve hükümetin kırsal alanların gelişimi için destek girişiminde bulunması sonucunda kırsal alanlara seyahat oranı artış göstermiştir (Kiper, 2006: 27). Kanada Ontario’da bulunan tarım ağırlıklı küçük bir kent olan Saint-Jacobs’da tarihi buğday ambarları sanat merkezleri haline dönüştürülerek, turistik talep için yoğun bir ilgi odağı oluşturmuştur (Kiper, 2006: 27).

Kanada’da kırsal turizm uygulamalarına diğer bir örnek küçük bir il olan, Prince Edward adasındaki Evangeline bölgesi gösterilebilir. Prince Edward adasında aile, kilise, okul ve toplum örgütü formu geleneksel sosyal yapısını hala korumaktadır. Adanın nüfusu 138900 olup nüfusun %56’sı kırsal alanlarda yaşamakta ve henüz %10’u tarımsal arazilerde yaşarken %47’si ada kesiminde yaşamaktadır. Yörede temel ekonomik geçim kaynağı balıkçılık ile tarım arasında değişirken araziler henüz tarımsal amaçlı kullanılmaktadır. Evangeline bölgesindeki turizm genel olarak aile ve sosyal yapı arasındaki yakın ilişki, Roman Katolik Dini, Fransız dili ve Akadian Kültürüne dayanmakta olup bu faktörler turistlerin yöreyi ziyaret etmelerinde temel teşkil etmektedir. Örneğin, 1999 yılında yöreyi ziyaret eden %11 gün aşırı ziyaretçilerin (12859 kişi) yöreyi ziyaret etmelerindeki temel etken tarih ve kültürdür. 2000 verilerine göre ise yöreyi ziyaret eden 1,18 milyon ziyaretçiden (%22) 259,600 kişisi Acadian kültürünü tanımak için gelmiştir. Akadian kültürünün bu kadar önemli

olmasının nedeni Acadianların İngilizler tarafından topraklarından çıkarılarak bu bölgeye gelip yerleşen doğu Kanada'nın Fransız göçmenleridir (Macdonald ve Jolliffe, 2003: 314).

Evangeline bölgesi'ni 1993 yılında 693747 kişi yöreyi ziyaret ederken 1999-2000 yılında bu sayı 1,18-1,27 milyona ulaşmıştır (Macdonald ve Jolliffe, 2003: 314). Kanada'da kırsal alanları ziyaret edenlerin toplam sayısı ise 2002-2004 yılları arasında 90 milyon kişidir (Soykan, 2006: 76).

- **İsrail:** Kırsal turizm, İsrail kırsal alanlarında hızla gelişen bir ekonomik faktördür. Yerel halk, temel geçim kaynağı olan tarımdan elde ettikleri gelirin düşmesi sonucu alternatif gelir kaynakları aramış sonuç olarak turizme yönelmiştir. Bu yönelme sonucunda kırsal turizm hızla artış göstermiş yıllık büyüme oranı %15 ile %20 oranında gerçekleşmiştir. 2004 yılında toplam iç turizm içinde konaklama oranı kırsal alanlarda %18 olarak gerçekleşmiştir. 210 kırsal alanda 8000 konaklama ünitesi vardır. Konaklama ünitelerindeki bu artış restoran, agro-turizm ve boş zaman aktivite olanakları da artış göstermiştir.

Mevcut konaklama üniteleri kırsal turizmin gelişmesiyle de değişiklik ve gelişme göstermiştir. İlk aşama da var olan Kibbutzim ve Moshavim yapıları konaklama ünitelerine dönüştürülmüştür. Sezon önceden kısa olup mevcut pazarı genellikle çocuklu aileler oluşturmaktayken zamanla kırsal turizmin gelişmesiyle jakuzi, uydu yayını, klima vb. olanaklara ihtiyaç duyulmuş, yeni pazarlar girilmiş, sezon uzamış ve mevcut konaklama fiyatları da artış göstermiştir. İsrail'de kırsal turizmi genelde iç pazardan oluşmaktadır. Bu bağlamda yörede bulunan işletmeler tekrarlanan müşteriye güvenmektedirler. Kırsal turizm işletmeleri konaklama ücretine dahil olmamak üzere yöreyi tanıtıcı rehberli turlar, safari, bisiklet gezintileri, masaj gibi olanaklarda sunmaktadırlar (Tchetcik, Fleischer ve Finkelshtain, 2006: 22).

- **Avusturya:** Avusturya'nın dağlık yapısı dağ turizmi, kış sporları turizmi ve kırsal turizm gibi alternatif turizm türlerinin gelişmesine yardımcı olmuştur. Günümüzde Avusturya'da köylerde ve çiftliklerde sürdürülen kırsal turizm, özellikle büyük kent yakınları ile dağlık bölgelerde yaygınlık kazanır. Avusturya'da çiftlikler kırsal turizm amaçlı 109 bin yatak sağlamakta olup; bu rakam ülkedeki yatak kapasitesinin 1/6'sını oluşturur. Ülkedeki çiftliklerin %7,5'i turistik konaklamaya açılmıştır (Morgül, 2006: 74).

Avusturya’da kırsal tuizmde farklı özellikleri ile ön plana çıkan küçük yerleşim birimleri “Bregenzerwald” ve “Lungau”dır. Bregenzerwald Avusturya’nın batısında Constance gölünün yanında yer alır. 580 km²’lik alanda yer almakta ve 30000 nüfusa sahiptir. Alp dağları ve vadilerle çevrilidir. Yörede tarım sektörü temel geçim kaynağı olup işgücünün %40’ı çiftçilikle uğraşır. Bregenzerwald, 15000 yatak konaklama olanağına sahiptir ve yılda 1.5 milyon turist yöreyi ziyaret etmektedir. Gelen turistlerin %60’ı yazın genellikle yürüyüş için, %40’ı ise kırlara ve Alplerde kayak yapmak üzere gelmektedirler. Turizm yerel ekonomide büyük etkiye sahiptir ve iş gücünün yarısı hizmet sektöründe çalışmaktadır.

Lungau ise Avusturya’da Salzburg bölgesinin küçük alt bölgesidir. Yaklaşık 1000 km² alana sahip olup nüfusu 15 ilçede toplam 21000’dir. Bölge görsel çekiciliğe sahip yüksek dağlık alanlar birbirine bağlanmış vadilerle çevrilidir. Bölge 13000 yatak kapasitesine sahip olup 1,4 milyon güneşli ziyaretçi alır. Turizme 600 kişi (%10 işgücü) direk olarak ve %20 dolaylı olarak istihdam yaratmaktadır. Yazın insanlar temelde kırsal atmosferi yaşamak üzere yerel ürünlerden, doğal ve kirlenmemiş çevreden faydalanmak amacıyla dağlarda yürüyüş yapmakta veya bisiklete binmekte, müze, kale gibi kültürel çekicilikleri ziyaret etmektedirler (europa, 2000).

- **İngiltere:** İngiltere’deki kırsal turizm genellikle yapay çevrede gelişmekte olup genellikle ziyaretler kısa süreli ve sıklıkladır (SEEDA, 2008). İngiltere’deki kırsal alanlarda yapılan etkinlikler arasında yürüyüş, açık hava sporları, dağ bisikleti piknik, arabayla gezinti, binicilik vb. yer almaktadır. İngiltere’de nüfusun $\frac{3}{4}$ ‘ü yılda en az bir kez kırsal alanı ziyaret etmektedir (Kiper, 2006: 53). Uluslararası ziyaretçiler bakımından yılda turistlerin 10 milyon gece İngiltere’nin kırsal alanlarında harcadığı belirtilmektedir (Clarke, 1999: 26).

İngiltere’de kırsal bölgelerde toplam 25000 konaklama ünitesi bulunmakta ve İngiltere’nin %39 konaklama kapasitesini oluşturmaktadır. Ülkeye gelen turistlerin analizi yapıldığında; 1993 ile 2000 yılları arasında köylere yapılan ziyaretler kısa süreli (1-3 gece) ve daha sık gezintilere doğru eğilim göstermiş ve bu sayı % 50 artmıştır. 1998 yılında tüm günübirlik ziyaretlerin % 24’ü köylere olmuştur. İngiltere’deki turistlerin %15’i yürüyüş yapmaktadır. İngiltere’deki dört kırsal bölgeyi ziyaret eden ziyaretçilerin yaptığı harcamaların %44’ü yerel ekonomide kalmaktadır (Tchetcik, Fleischer ve Finkelshtain, 2006: 5). Yapılan harcamaların miktarını düşündüğümüzde ekonomiye olan etkisinin önemi daha da anlaşılacaktır.

Galler Turizm Bakanlığı bünyesinde, köy koordinatörleri ve köy acenteleri kurularak ortak çalışmalara 1992’de başlanmıştır. 1993 yılında 6 köyü kapsayan bir proje hazırlanmıştır. Bu projede kırsal turizme açılacak köylerin; ortama 1000 nüfuslu olması (1500 kişiyi aşmaması), güzel manzaralara, tarihi ve doğal değerlere sahip olması ve bakanlık tarafından uygun bulunmuş en az 20 yatağın köy içinde bulunması öngörülmüştür. Ayrıca köy seçiminde güzel manzaralara, tarihi ve kültürel değerlere dikkat edilmiş, köylerin el sanatı atölyeleri ve gezi yerlerine sahip olması tercih nedeni olmuştur. Projeyi ilk 2 yıl içinde bakanlığın yönetmesi, sonra yalnızca danışmanlık görevi yapması kararlaştırılmıştır. Bu kırsal turizm etkinliğinin tanıtımı için ise; dergiler de reklam kampanyası ve fuarlara katılma, köy tanıtım turist sayısının da; misafir ve ev sahipleri arasında kişisel ilişkilerin kurulması açısından ortalama 14 kişiyi geçmemesi kuralına bağlanmıştır.

İngiltere’de kırsal turizm, ülkenin ikinci önemli turizm alanı olan West Country’de en fazla yaygınlık göstermektedir. Bu bölge; ılıman iklimi, bozulmamış kıyıları, kumsalları, hafif engebeli tomografik yapısı ile yürüyüş, ata binme, çiftlik turizmi gibi etkinliklerin uygulanmasına olanak vermektedir (Kiper, 2006: 54).

Ülkede kırsal turizmin yaygın görüldüğü diğer bir bölge ise Güney Doğu İngiltere’dir. Bu alandaki kırsal turizm işyerlerinin çoğu küçük çaplıdır ve genellikle aileye mahsustur. Şu anda çocuklu veya çocuksuz ailelerden 25-54 yaş grubu (en çok 35-44 yaş grubu arası) içerisine giren kişiler için köyler en popüler tatil alanları olmuştur. 2000 yılında bölgenin kırsal turizmden 1 Trilyon £ gelir elde edildiği ve 30000-40000 kişiye istihdam yarattığı tahmin edilmektedir (SEADA, 2005).

- **Finlandiya:** Finlandiya’da kırsal turizm ilk olarak 1900’lü yıllarda çiftliklerle bağlantılı pansiyon evlerin kurulmasıyla başlamıştır. Takip eden 50 yıllık zamanda günümüzde yaygın kırsal turizm konaklama çeşidi olan kiralık tatil kır evleri geliştirilmiştir. Sonraki dönemlerde bu konaklama çeşidine yeme-içme olanağı, sosyal etkinlikler vb. olanaklarda eklenmiştir. 2002 Finlandiya istatistiklerinde 2165 kırsal turizm işletmesinin konaklama ve rekreasyon hizmeti verdiği belirtilmektedir. Bunun yanında 350 ile 600 arasında işyerinin doğa ile ilgili hizmetlerin verildiği belirtilmektedir. Finlandiya’da kırsal konaklama işletmelerini kullananlar Rus, Alman, Hollandalı, Estonyalı ve Fransızlar ağırlıklı olmak üzere yurtdışından gelen ziyaretçilerdir (Ekosaari, 2005).

Finlandiya’da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi “Pohjois-Karjala”dır. Yörenin peyzajında ormanlar ve göller hakimdir. Karelia kendine özgü bir kültüre sahip olup Doğu Ortodoks geleneklerini sürdürmektedirler. Gastronomi, müzik, sanat ve el sanatları yörenin özgün örneklerini sergilemekte yörenin kirlenmemiş doğasıyla birlikte turizme kaynaklık etmektedir. Yörede çoğunluğu kırsal turizm amaçlı olmak üzere 250 yatırımcı vardır. Finlandiya iç turizmi konaklamalı ziyaretlerin %90’nını oluştursa da yöre büyük oranda yabancı ziyaretçi çekmektedir. Ziyaretçiler yöreyi doğayla iç içe olmak, göl kenarında bir kır evi kiralayarak botla gölde gezintiye çıkmak, balık tutmak ve avlanmak üzere ziyaret etmektedir. Bu tatil amaçlı kır evleri acenteler tarafından kiralanabilmektedir. Bunun yanında bazı çiftçiler yatak ve kahvaltı hizmeti sunabilmekte ve çiftlikte sunulan bazı aktivitelere katılma imkanı sunmaktadırlar. Bu yerler özellikle aileleriyle gelen ve emekliler için popüler olmaktadır (europa, 2000).

- **Hollanda:** Hollanda’da kırsal turizm, özellikle çiftliklerde kamp yapmak ve bisiklete binmek, ata binmek ve yürümek gibi rotası belirlenmiş aktivitelere katılmak anlamına gelmektedir (Rátz ve Puczkó, 1998).

Hollanda’da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi “Schouwen-West”dir. Yöre de tarım sektörü egemendir. Yöre ekolojik açıdan önemli olup özellikle kuş yaşamı ve ıslak kum bitkileri önemli yer tutmaktadır. Kırsal turizm, yörede (road crossing) motor yarışlarının tanıtılmasıyla başlamıştır. Sektör, hızla büyüme göstermiş günümüzde ada ekonomisi içinde çok önemli sektör haline gelmiştir. Yörede konaklamak üzere konaklama yerleri ve kamp yapmak üzere çadır ve karavanlar bulunmaktadır. Yöre, 2.2 milyon gecelemleri turist ve çok sayıda günübirlik ziyaretçi çekmektedir. Yörenin hedef pazarını Güney Hollanda, Almanya ve Belçika oluşturmaktadır. Yöre de kırsal turizm adanın kıyı kısmından iç kısımlara doğru yayılarak gelişme göstermektedir (europa, 2000).

- **İzlanda:** İzlanda’da kırsal turizmde farklı özellikleri ile ön plana çıkan küçük yerleşim birimi “Skaftárhreppur”dır. Skaftárhreppur volkanik patlama sonucunda hem arazi yapısını ve hem de yörenin kültürel ve tarihi kalıtlarını oluşturmaktadır. Yöreye otlak alanlar sahip olup yörede çok sayıda koyun çiftliği bulunmaktadır. Aynı zamanda yörede dünyanın en büyük tek sönmemiş etkin yanar dağı bulunmakta ve Avrupa’nın en büyük buz arazisine sınırdır. Ulaşım tüm adanın kuzey çevre yolundan ulaşılmaktadır. Tarım yörede yapılan

işgücünün %75'ini oluşturmakta, son 20 yılda önemli düşüş kaydetmiştir. Bölgede bir otel, altı agroturizm yatırımcısı, bir kamp alanı ve bir hostel bulunmaktadır. Yörede 16.500 konaklamalı ziyaretçi 20.200 geceleme yapmaktadır. Ortalama konaklama süreleri 1.23 gecelemedir. Buzul arazi için Reykjavik'ten gelen ailelerin yapmış olduğu kısa süreli ziyaretler pazarın %50'sini oluşturmaktadır. Yabancı ziyaretçiler genellikle tur ve maceraperest tatil gruplarıyla ziyaretlerini gerçekleştirmektedirler (europa, 2000).

- **İsveç:** İsveç'te kırsal turizmde farklı özellikleri ile ön plana çıkan küçük yerleşim birimi "Vallonbruk"tur. Yörenin peyzajı ve kültürü Dannemora demir maden ocağı tarafında inşa edilen bölgenin endüstriyel kalıtlarını yansıtmaktadır. Yöre "bruk" adı verilen küçük demirhane köyleriyle tanınmakta, buralarda görkemli malikaneler, orman içerisindeki apartman daireleri ve göller bulunmaktadır. Demirhaneler 1900'lerde, maden ise 1992 yılında kapanmıştır. Bölgede malikanelerde dahil olmak üzere oda+kahvaltı hizmet sunmak üzere küçük ama faklı çok sayıda hotel, han, kamp alanı yer almaktadır. Yörenin 600 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Yöre çekiciliğini artırmak üzere küçük çapta maden müzeleri ve el sanatları dükkanları kurulmuştur. 1998'in yaz ayında toplamda yöreyi 210.000 civarında kişinin ziyaret ettiğı, bu sayının artış gösterdiğı belirtilmektedir. Turistler ağırlıklı olarak yaz aylarında ziyaret etmelerine karşın konferanslar ve buna ilişkin ziyaretler çoğu operatör açasından sezonun tüm yıla yayılmasında büyük fırsat oluşturmaktadır. Ziyaretçilerin çoğunluğu günübirlik turlarla gelmektedir (europa, 2000).

- **Portekiz:** Portekiz'de kırsal turizmde farklı özellikleri ile ön plana çıkan küçük yerleşim birimi "Vale do Lima"dır. Vale do Lima Portekiz'in kuzeyinde yer alan 1276 km² alana sahip küçük bir bölgedir. Bölge, Lima nehrinin yanında Peneda Gerês ülkesinin dağlıklarını, Portekiz'in ulusal parkını içine almaktadır. Yörede yaşayan nüfusun ¼'i tarım dahil olmak üzere genel olarak şarap üretimiyle geçimini sürdürmektedir. Bölge de kırsal turizm 1983 yılında Vale do Lima'nın kurulmasıyla başlamış, gelişimi ve tanıtımı kırsal konaklama işletmeleri yatırımcıları tarafından gerçekleşmiştir. Turistler buraya Portekizin Kuzey'indeki özgün kırsal alanları görmek, yerel şaraplardan tatmak, gelenek ve kültürlerini deneyimlemek üzere gelmektedirler. Bölge pazarının 1/3'ünün Portekiz oluşturmakta geri kalan 2/3'sini ise Büyük Britanya, Almanya, Hollanda, İspanya oluşturmaktadır. Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında kırsal turizm yoğunlaşmakta diğer aylarda ise sönük geçmektedir (europa, 2000).

2.3.5.2. Türkiye’de Kırsal Turizm Uygulamaları: Türkiye öncelikle kıyı turizmi üzerinde yoğunlaşmış, Akdeniz ve Ege kıyıları da ilk etapta bu konuda geliştirilmeye çalışılmış bölgeler olmuşlardır. Ancak, son yıllara kadar kıyı turizmi üzerinde yoğunlaşıldığı için kıyı turizminin geliştiği yerlerdeki doğal yapı taşıma kapasitesini hemen hemen doldurmuş durumdadır (Tosun, Bilim ve Temizkan, 2002: 4). Bu bağlamda ülkemiz 1990’lı yılların başında özellikle bölgesel yoğunlaşmayı önlemek ve batı ülkeleriyle rekabet edebilmek için turizmi çeşitlendirme kararı almıştır (Akça, 2006: 2837).

Türkiye’de kırsal turizm kapsamında uygulanan çalışmalardan biri “Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi, Gönüllü Bilgi ve Tecrübe Takası” (TATUTA) projesidir. Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği tarafından Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (GEF) ve Küçük Destek Programı (SGP) katkısıyla proje yürütülmektedir. Projede;

- Kırsal ve Kent kökenli toplumlar arasında bağ oluşturmak,
- Ekolojik yaşam biçimini benimseyen ve devam ettirmek isteyen kişilere destek sağlamak,
- Ekolojik yaşam biçimleri konusunda bilgi sahibi olmak isteyenler için uygulama alanları ve örnekleri göstermek amaçlarını taşımaktadır.

TaTuTa Projesi sayesinde, kırsal ve kentsel insanlar birbirlerine yaklaşarak sosyal etkileşim anlamında önemli adımlar atmışlardır. Projeye, kentliler (diğer adıyla ziyaretçiler) için doğa ile uyumlu yaşam biçimleri ve doğanın korunması için eğitim ve bilinç oluşturma işlevi yerine gelmiştir. Bununla birlikte kırsal kalkınma açısından ciddi bir iş gücü, ek gelir sağlanmıştır. Çiftçiler ürünlerini doğrudan sunma, pazarlama olanağı bulmuş, zaman zaman çiftlik sahipleri bir araya gelerek yada bizzat kendileri diğer çiftliklerde ziyaretçi olarak bir çiftçi ağı kurulmuştur (Aydemir, 2008).

TATUTA projesinin 2006 yılı istatistiklerine bakıldığında; 13 değişik ülkeden 738’i gönüllülere ait olmak üzere toplam 900 geceleme gerçekleşmiştir. Ülkemiz bölgeleri açısından değerlendirdiğimizde en çok Marmara bölgesindeki çiftliklere ziyaretler gerçekleşmiştir. Gelen ziyaretçilerden %70’ini bayan, %30’unu erkekler oluşturmaktadır. Gelen ziyaretçilerin yaş grubuna bakıldığında %50’si 25 yaşın altında, %40’ı 25-35 yaş arası, geri kalan %10’u ise çocuklar ve 55 yaş üstü yaş grubu oluşturmaktadır. Yabancı ülkelere gelen ziyaretçiler toplam ziyaretçilerin %50’sini oluşturmaktadır. Bu projeye yaklaşık 40 yeni

çiftlik başvurusu yapılmıştır. Aynı zamanda konu ile ilgili 6 akademik tez çalışması yer almaktadır (Aydemir, 2008).

Türkiye’de uygulanan kırsal turizm uygulamalarına diğer bir örnek, Birleşmiş Milletler GEF (Küresel Çevre Fonu) programı çerçevesinde yürütülen Kastamonu Zümrüt Köyü ve Çıralı’dır (Kiper, 2006: 70). Küresel Çevre Fonu (Global Environment Facility - GEF), 1992 yılında BM Çevre ve Kalkınma Konferansı sonrası, küresel çevre sorunlarıyla mücadele etmek ve Birleşmiş Milletler Biyolojik Çeşitlilik ve İklim Değişikliği Sözleşmelerine taraf olan ülkelerde bu sözleşmelerin uygulanmasına destek olmak temel hedefiyle oluşturulmuştur. GEF’in uygulayıcı kurumları Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı’dır (UNEP) (mitaged, 2008). Bu proje kapsamında Çıralı’da; hem kumsalının Caretta caretta’ların yumurtlama alanı olarak korunmasını sağlamak, hem de ekolojik tarım ve ekolojik turizme dayalı doğayla uyumlu sürdürülebilir yaşam modelini devam ettirmek hedeflenmektedir. Zümrüt Köyü’nde ise; projeye, kırsal kalkınma nedeniyle köyün Milli Park ilan edilmesinden sonra en önemli geçim kaynağı olan ormancılığın azalması dolayısıyla, ekoturizm aracılığıyla, yöre halkının Milli Park ile ilişkisinin geliştirilmesi ve fayda sağlaması hedeflenmektedir (Kiper, 2006: 71).

Kırsal turizm uygulamalarına bölgesel bazda verilebilecek örnek “Doğu Anadolu Bölgesi Turizmi Geliştirme Projesi (DATUR)”dır. Proje, bölgesel farklılıkların azaltılması ve göçün durdurulmasına ilişkin DAKAP (Doğu Anadolu Kalkınma Planı) belgesinde ifade edilen hedeflerle uyumlu olarak bölgenin turizm kaynaklarını harekete geçirmeyi ve ekonomik gelişmeyi desteklemeyi amaçlamaktadır. Projenin temel faaliyetleri:

- Turizm faaliyetlerinin, özellikle hizmetlerin kalitesinin artırılması ve katma değerin artırılması yönünde geliştirilmesi
- Yerel yönetim, katılımcılık ve fırsat eşitliği ile kadının katılımını sağlayacak şekilde turizmin yönetiminde toplum katılımını temin eden bir ortamın yaratılması,
- Bölge doğal değerlerinin korunması ve geliştirilmesi alanlarında odaklanacaktır.

Proje kapsamında bu faaliyetleri gerçekleştirmek üzere şu faaliyetler gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır:

- Paydaşların eğitimi kapsamında turizm alanında eğitim aracılığı ile kapasitelerinin artırılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda toplumun turizm ve turist gereksinimleri

konusunda duyarlılaştırılması, turizm alanında çalışanlar için mesleki eğitimi; turizm çalışanları, yöneticiler ve tesis sahiplerinin sertifikasyona yönelik formel eğitimi ve dağcılık, rafting, vb. gibi alanlarla ilişkili alanlarda çalışanların (dağ rehberleri, rafting liderleri, vb. dahil) turizm destek faaliyetleri alanında beceri eğitimi ve mümkünse bunların sertifikalanmaları amaçlanmıştır.

- Ürün geliştirme kapsamında tüm alt alanları da kapsayacak şekilde bölge turizmine sürdürülebilir bir yapı getirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda kullanıma elverişli bir bölge turizm envanterinin çıkarılması, yeni tur programlarının geliştirilmesi, varolan tesisler ve örnek tesisler kullanılarak tur programlarının başlatılması, teknik rehberlik ve mali desteğe ihtiyaç duyan girişimciler için bir danışmanlık hizmeti sunan yapı geliştirmesi hedeflenmektedir.
- Pazarlama ve pazarlamaya yönelik faaliyetlerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultu da proje hedefleri doğrultusunda çalışan yerli ve yabancı tur operatörlerinin belirlenmesi ve bunlarla işbirliği kurulması, pazar araştırması; bölgeden ve varolan hizmet sağlayıcılarından beklenen hizmetin belirlenmesi ve değerlendirilmesi, TÜRSAB ile ortak çalışma, turizm faaliyetine hedef olan ve olabilecek doğal kaynakların saptanması hedeflenmektedir.
- Bölge turizm değerlerinin tanıtımı da diğer bir amacı oluşturmaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere bir bölge web sitesinin hazırlanması ve işletilmesi, bölge için pazara yönelik tanıtım belgelerinin (broşür, vb.) hazırlanması, uluslararası ve yerli fuarlara katılım, bölgenin etkin turizm yazarlarına tanıtımı hedeflenmektedir.
- Bölgeye özgü ayırt edici ve bölge ile özdeşleşme potansiyeli olan ürünlerin desteklenmesi diğer bir amaçtır. Bu bağlamda “İspir fasulyesi”, “Çoruh Vadisi pirinci”, “dut pekmezi” ve Çoruh Vadisi balı” gibi bilinen veya benzer ürünler için bir marka geliştirmek, bölge el sanatlarına destek vermek, bu ürünlerin üretimi ile uğraşan kooperatiflere destek sağlamak veya yenilerin kurulmasına destek vermek hedeflenmektedir (DATUR, 2008).

Kırsal kalkınma projelerinden bir diğeri de “Cumalıkızık Koruma Yaşatma 98 Projesi” dir. Projenin en önemli karakteristikleri; kalkınmanın tabandan başlatılması, halkın aktif

katılımı sağlanarak yapılan çalışmaların benimsetilmesi ve devlet halk işbirliğiyle yürütülmeye çalışılmasıdır. Kısacası Bursa'nın 700 yıllık Osmanlı köyü Cumalıkızık'ta uygulanan proje; doğanın, tarihin ve kültürün, halkın aktif katılımı sağlanarak, nasıl korunacağını başarılı bir örneğidir (tarım, 2008).

Cumalıkızık Köyü, çarpık şehirleşmeye, artan nüfus yoğunluğuna, yapma çevre olumsuzluklarına alternatif, özgün, ekolojik tarihi bir kültürel ve mimari mirastır. Cumalıkızık, özgün yapı kültürünün kırsal kesim sivil toplum mimarisine yansıdığı 300 yıllık ahşap evlerden oluşan dokusuyla yaşayan ve yaşanan eşsiz bir açık müze örneğini oluşturmaktadır. Geleneksel yaşamın örüntülerini her elemanında ve malzemesinde özümsemiştir. Bursa'nın gelişmesi sürecinde Cumalıkızık yakın çevresi de bozulma ve düzensiz yapılanmadan etkilenmiştir. Bu bozulma köyü de etkilemeye başlamış fakat etkin olamamıştır. Birkaç betonarme yapı ölçeğinde kalan problem sıkı kontrol ve bilinçlendirme çabalarıyla önlenmiştir. Bu bozulmaların önlenmesi, yakın gelecekte sağlanacak maddi ve manevi kazanç bilinciyle sağlanmıştır. Doku fiziksel eskimenin etkisi altındadır. Malzeme bazında etkin bozulmalar izlenebilir. Özellikle çatı bakımsızlığı kısa sürede dış hava etkileriyle, kış etkilerine dayanamayıp yapının çökmesine neden olmaktadır. Moloz taş, ahşap ve kerpiç birlikteliğiyle oluşmuş yapıların tüm yapı elemanlarında önemli sorunlar bulunmaktadır. Bunun yanında su, yangın ve kanalizasyon gibi sorunlar da yer almaktadır. Bakım ve onarım eksikliği en büyük sorundur. Özellikle çatı onarımı yapılmamış ve senelerce dış hava şartlarından doğrudan etkilenmiş yapılarda bozulmalar daha etkilidir. Malzeme, dayanıklı kestane direkler ve kirişler, yer yer çatlama, çürüme ve eğilme gösterse de yapı elemanı içindeki görevini sürdürmekte ve acil bakım gerekmektedir.

Cumalıkızık Koruma ve Yaşatma Projesi'nde ekonomik anlamda; Cumalıkızık'ın ekonomik gelişiminin sağlanması ve yörede sürdürülebilir bir ekonomik yapı örgütlenmesinin sağlanması ve kaynakların akılcı yönetimi hedeflenmektedir. Sosyo-kültürel boyuttaki hedefleri ise; yörenin sosyal yapı gelişiminin sağlanması, yörenin kültürel yapısının korunması ve kültürel yapının geleceğe taşınması ve yörenin kültürel yapısının örgütlenmesi ve kaynakların akılcı yönetimidir. Fiziksel boyuttaki hedefler ise; yörede doğal çevrenin korunması ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı, yöre yerleşmesinin fiziksel olarak korunması ve sürdürülebilir gelişmenin sağlanması için yangından korunmadır (Kiper, 2006: 74-76).

Kırsal turizm uygulamalarına diğerk bir örnek, Ege Bölgesi'nde, Karaburun'da uygulanmaya başlanan Winpeace (Türkiye Yunanistan Kadın Barış Girişimi) Agro Turizm Projesi'dir. Projenin amacı, kırsal kesim kadınlarına Agro Turizm eğitimi vermek, turistleri çiftliklerde, ev pansiyonlarında ağırlayarak, doğayla iç içe, özledikleri etkinlikleri yaşatmaktır. Ekmek pişirmek, reçel yapmak, el işi öğrenmek, ata binmek, ormanda gezinmek gibi etkinliklerdir. Köy kadınlarının ekonomik özgürlüklerini kazanmalarının yanı sıra yerel el sanat ve zanaatların yok olmasını engellemek, geleneklerin sürdürülmesini sağlamak ve ekonomik şartları iyileştirerek, gençleri köylerde tutabilmek de projenin hedefleri arasında yer almaktadır. Projenin esas amaçlarından biri de Yunan ve Türk kadınlarının, deneyimlerini paylaşarak ve beraber çalışarak, birbirlerini anlamalarını güçlendirmek ve iki ülke arasında barışa katkıda bulunmaktır. Bu çalışma için, Midilli Adası'ndaki Petra Kadın Kooperatifi ile Karaburun köyleri, kardeş köy seçilmişlerdir. Karaburun'daki bu örnek tam anlamıyla "kırsal turizm" kapsamında değerlendirilmektedir (Morgül, 2006: 79).

Bu kırsal turizm uygulamalarından hariç birçok uygulama bulunmaktadır. Örneğin;

- Ürgüp ilçesi, Kapadokya'daki kırsal yaşamı tanıtmak üzere geliştirilen projeyi uygulama kararı almıştır. Projenin toplam bütçesi 50 Milyon dolar olup Magic Life International tarafından organize edilmektedir. Projenin içeriğinde, yerli ve yabancı ziyaretçilerin köy düğünlerine, yerel geleneksel ev yemeklerine, inek ve koyun sağımı ilgileneyeği öngörülmektedir.

- Nevşehir ilinin, Ortahisar bölgesinde yer alan Kızılçukur Vadisi yerel idareler güneşin doğuşunu izlemek üzere turistlere tur organize etmektedirler. Yöre gün doğumunu ve gün batımını izlemek için Dünya'nın en iyi yeridir. Yöreyi günde yaklaşık 1,5 \$ dolar ödeyerek yaklaşık 30.000 turist ziyaret etmektedir.

- Kış döneminde Akdeniz bölgesinde Burdur, Isparta ve Antalya illeri, Marmara bölgesinde Balıkesir ve Çanakkale illeri ve Ege bölgelerinde İzmir, Manisa, Muğla ve Denizli illeri olmak üzere birçok köyde ve ilde deve güreşleri düzenlenmektedir.

- Son iki yılda, ülkemizin kırsal alanlarında TV dizisi yapılmaya başlanmıştır. Örneğin, Nevşehir-Kapodokya'da Asmalı Konak dizisi çekimi, Bursa-Cumali Kızık'ta Kınalı Kar dizisi çekimi, İzmir-Şirince'de Hekimoğlu dizisi çekimi yapılmıştır. Bunun yanında, Güneş

Doğudan Doğar filmi, Yazıtlar Filmleri Kapodokya’da çekilmiştir. Bu sayede, çoğu insan aktör ve aktrisleri görmek, tarihi yerleri ziyaret etmek ve nostaljiyi yaşamak üzere köylere gitmektedir.

- Son zamanlarda bazı seyahat acentaları İpek Yolu’na turlar düzenlemektedirler (Akça, 2006: 2838). Bunun yanında, Turizm Bakanlığı, turizmin ülke sathına ve tüm yıla yaygınlaştırılması politikası çerçevesinde yürüttüğü çalışmalardan birisi olan “İpek Yolu Projesi” ile, kültürel mirasımızın en önemli unsurlarından olan ve çoğu doğaya ve çevresel etkenlere yenik düşmüş bulunan ipek yolu üzerinde bulunan hanların (kervansarayların) korunması, bir koruma-kullanma dengesi içinde yaşatılarak “Tarihi İpek Yolu”nun canlandırılması planlanmıştır. Bu kapsamda yapılan ön çalışmalarda, ana tur güzergahları ile çakışan İpek Yolları üzerinde yer alan 11 kervansaray belirlenmiştir. Bunlar; Sultanhanı (Aksaray), Sarı Han (Nevşehir), Şarapsa Han (Antalya), Ak Han (Denizli), Ağzıkara Han (Aksaray), Alara Han (Antalya), Silahtar Mustafa Paşa Kervansarayı (Malatya), Çardak Han (Denizli), Susuz Han (Burdur), İncir Han (Burdur) ve Alay Han (Aksaray) dır. Adı geçen kervansarayların turizm amaçlı kullanılabilmesine olanak sağlayacak bir işbirliği protokolü Vakıflar Genel Müdürlüğü ve Bakanlığımız arasında 22 Şubat 1993 tarihinde imzalanmıştır. Bu protokol ile, Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından idare edilen eski eser nitelikli hanların (kervansaraylar), adı geçen Genel Müdürlük tarafından 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu'na göre ve Bakanlığımız işbirliği ile ihale edilerek, restore et-işlet-devret modeli çerçevesinde turizme kazandırılmaları hedeflenmiştir (kültür, 2008).

- Erzincan ve Muğla illerindeki kırsal alanlarda yaşayan kırsal toplum profesyonel eğitim almıştır.

- Ülkemizin güneybatısında bazı özel organizasyonlar kırsal turizm hizmeti sunmaktadır. Bunlardan birisi HUZUR VADİSİ’dir. Fethiye kıyılarından uzak dağlık kırsal alanlarında geleneksel güzellikte restore edilmiş çiftlik yerlerde yoga, yürüyüş ve alternatif terapi olanakları sağlayan tatil amaçlı kır evleri bulunmaktadır. Diğer profesyonel kırsal turizm faaliyeti TOHUM organizasyonu tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu organizasyon turistlere yörede yaşayan bayanlara yemek pişirmek, eşiğe veya ata binerek günlük yaşama katılma, organik çiftçilik, folklor ve diğer faaliyetlere katılmalarını sağlayarak kırsal yöreyi ziyaret etme ve kırsal yaşamı deneyimleme imkanı sunmaktadır.

- Karadeniz Bölgesi yayla turizmi ve eko-turizm açısından uygun bir peyzaja sahiptir. Kırsal turizm projesi kapsamında, bazı yerel idareler turistlerin konaklaması için dağlık bölgelerde tahtadan kulübe yapma veya restore etmeyi öngörmektedir. Böylece turistler doğada sağlıklı ferah nefes alma, geleneksel yöresel yemeklerden tatma, görülmeye değer egzotik bitki ve hayvanları da görme imkanı tanımaktadır (Akça, 2006: 2838).

2.3.5.3. Şirince'nin Kırsal Turizm Potansiyeli: Şirince'nin kırsal turizm arz potansiyeli çok güçlü bir yapıya sahiptir. Köyde kırsal turizmin gelişmesi ve sürdürülebilirliği açısından bir köyde olması gereken tüm koşullar mevcuttur. Şirince'nin sahip olduğu mevcut kırsal kaynaklar coğrafi, tarihi, doğal ve kültürel özellikler başlıkları altında değerlendirilecektir.

2.3.5.3.1. Şirince'nin Coğrafi Özellikleri: Şirince, İzmir ili Selçuk ilçesinin 8 köyünden birisidir. 1957 yılına kadar Kuşadası'na bağlı olan köy, bu tarihten sonra aynı ilçenin Akıncılar bucağının Selçuk adıyla ilçe yapılmasından sonra Selçuk'a bağlanmıştır. Şirince köyünün toplam yüzölçümü 16000 dönüm olup, köyün yerleşim alanının yüz ölçümü 200 dönümdür (Soykan, 2004: 54). Köyün günümüzdeki nüfus sayısı 534 kişidir (selcuk, 2009).

Şirince'nin yakın çevresindeki yerleşim birimlerine olan uzaklıkları; Selçuk ilçe merkezine 8 km, Ortaklar ilçesine bağlı Selatin köyüne 13 km, Selçuk'a bağlı Belevi beldesine 19 km. ve Zeytinköy'e 15 km. uzaklıktadır. İzmir şehir merkezine olan uzaklığı ise 83 km.'dir. Şirince köyüne ulaşım; Selçuk ilçe merkezine (8 km.), en yakın liman Kuşadası'nda (28 km.), en yakın hava limanı İzmir'dedir (Adnan Menderes Havalimanı, 64 km.). Ayrıca Selçuk'tan 2 km uzaklıkta Efes ören yerinde bir yerel havaalanı vardır ve küçük uçakların inmesi için elverişlidir. Köy, ayrıca İzmir-Aydın otoyoluna 20 km. uzaklıktadır. Bunun yanında doğayla iç içe olmak isteyen turistler Selçuk'tan Şirince'ye 8 km.'lik bir dağ yürüyüşle Şirince'ye ulaşabilirler.

Şirince köyünün ulaşım ile ilgili konumsal özellikleri dışında, turistik coğrafi konuma bakıldığında; potansiyeli çok yüksek ve turizmde adını dünyaya duyurmuş bir yörenin için kalır. Dünyaca ünlü antik Efes 10 km, Meryem Ana Evi'ne 16 km, plajı ile ünlü Pamucak kıyılarına 14 km uzaklıktadır. Şirince'nin yakın çevresinde yer alan ve herbiri birer antik dönemi kalıntıları olan başlıca antik kentler; Efes, Kolophon, Notion, Metropolis ve

Magnesia'dır. Ayrıca, Artemis Tapınağı, Klaros, Meryem Ana evi, Yedi Uyurlar, St. Jean Kilisesi, İsabey Camii gibi dini kutsal yerler 15-20 km. mesafede bulunurlar. Dilek Yarımadası Milli Parkına ise yaklaşık 60 km. uzaklıktadır.

Şirince köyünün, coğrafi konumu, kırsal turizm açısından son derece uygundur. Çünkü anayol ve havaalanı gibi gürültü kaynaklarına yakın değil, sanayi tesisleri gibi kirlilik yaratacak ortamların dışındadır. Diğer yandan, kırsal turizmi bütünleyecek, kültürel turizm ve deniz turizmi olanakları son derece yüksek bir çevrede yer almaktadır (Soykan, 2004: 54).

Şirince köyü, çanak şeklinde vadinin güney ve batı yamaçlarına dizilmiş evlerden oluşur. Şirince'nin her iki yamacı da, özellikle kuzey yamacı kireçtaşı yükseltileriyle belirlenmiştir. Güney'deki yükselti koyu renkli şistlerden oluşmaktadır. Her iki taş türü de Şirince evlerinde kullanılan yapı malzemelerindendir. Belevi Boğazı'ndan geçerek gelen ve boğazdan itibaren bir delta ovası oluşturan Küçük Menderes Nehri, köyün yaklaşık 7-8 km kuzeyinden akar. Köy içinden Şirince Deresi, onun devamı olan Mağara Deresi ve Maden Deresi kolları ile birlikte kafesli drenaj ağı çizerek geçmektedir (Soykan, 2004: 56). Şirince Boğazı'nın içinden akan çayın ilkçağdaki adı Klaseas'tır (Tül, 2008: 16-18).

Selçuk Ovası'nın deniz olması, kıyının dar ve Efes'te çok az toprak olması nedeniyle ilkçağın coğrafyasında önemli varlıklarından biri olduğu düşünülmektedir. Klaseas'ı kuzeyden çevreleyen dağa, Türkler döneminde Eleman dağı denilmiştir. Dağ silsilesinin doğuya doğru uzanan kesimine Selahattin dağı denilmektedir. Şirince'nin batısını kesen yükselti ise Beylik Tepesi'dir. 508 metre yüksekliğinde olan bu tepeden deniz görünmekte ve aynı zamanda Selçuk Ovasına bakmaktadır. Asıl ulaşım Şirince boğazından olmasına karşın, Beylik tepe üzerinden Selçuk'a inen bir keçi yolu da bulunmaktadır (Tül, 2008: 18).

Şirince köyünün yer aldığı alanın genel jeolojik yapısını metamorfik kayalar oluşturmaktadır. Bu kayaların başlıcaları; serpantin, şist, mikaşist ve kuvarsitşisttir. Kayalar ayrışması kolay olan ve ayrıştığı zaman kil oranı fazla yamaç molozları meydana getiren bir özellik gösterir. Jeomorfolojik yapı itibarıyla tepelik alanlardan oluşan yörede, eğimin fazla olduğu yerlerde bu molozlar uygun bir ortam yaratmaktadır. Tepelerde ise mermerler bulunur. Şirince köyü deprem açısından riskli olup, 1. derece deprem kuşağı içinde kalır. Köy yerleşim alanı ve çevresinde kolüvyal özellikte, orta bünyeli, orta derinlikte ve eğimde topraklar yayılım gösterir, erozyon riski orta şiddetlidir (Soykan, 2004: 56).

Akdeniz ikliminin egemen olduğu yörede yazlar sıcak ve kurak, kışlar ise ılık ve yağışlıdır. Kar yağmaz ve ısı nadiren sıfırın altına düşer. İklimin yumuşak olması doğa sporlarının yapılmasına olanak tanır (selcuk, 2009). Köyün, denize yakın olması nedeniyle, kırsal turizmin deniz gibi önemli bir çekicilikten yararlanabilmesini mümkün kılar. Mayıs-Ekim arasında 5-6 aylık dönemde iklim şartları, deniz turizmi açısından uygunluk taşır. Aynı zamanda deniz suyu sıcaklıkları da Haziran-Ekim arasında, deniz banyosu için öngörülen sıcaklık değerleri (22 °C-28 °C) arasında seyrederek. Nispi nem açısından değerler hiçbir zaman turist için bunaltıcı sınıra ulaşmaz. Şirince'nin yer aldığı çevrenin iklim özellikleri, turizmi kısıtlamamakta, tüm yıl ziyaretleri olanaklı kılmaktadır (Soykan, 2004: 59-60).

Şirince çevresindeki tepelerin asıl bitki örtüsü çamdır. Sonradan açılan yerlerde ve kayalık kesimlerde makiler ağırlık kazanmıştır. Şirince'ye gelirken en ilgi çekici bitkiler yol kenarlarında yetişen mor çiçekleri ile “Hatmiler” dir. Bunun yanında, dere içlerindeki çınarların yanında yamaçlarında bol miktarda delice (yabani zeytin) bulunmaktadır. Aynı zaman çiftçilerce yetiştirilen zeytinlikler, incir bahçeleri ve aşu armutlar doğal manzaranın diğer çekicilikleridir (Tül, 2008: 28).

2.3.5.3.2. Şirince'nin Yerleşme Özellikleri ve Tarihi: Şirince Köyü, çanak biçiminde bir vadinin güney ve doğu yamaçlarına kurulmuştur. Denizden yüksekliği ortalama 350 metredir (Bolat, 2007: 59). 19. yy'da yaklaşık 5000 Rum nüfus barındıran 1800 haneden oluşan köy günümüzde yaklaşık 534 kişi ve 200 ev gözlemlenmektedir (Tül, 2008: 32).

İlkokulun bulunduğu tepeden başlayarak Güneye doğru yükselen sırt ile Kuzeye bakan yamaçta yerleşimin yoğunluğu gözlenir. Yukarı kilisenin yer aldığı sırtın üzerinde, doğuya bakan evler dizisi ile kuzeye bakan evlerin arasında günümüzde de izlendiği gibi yeni köy camisine doğru inen bir derecik yatağı yerleşim yerini ikiye bölmektedir. Bu derenin batı yakasında kalan mahalle İstiklal, Doğu yakasında kalan mahalle de İstihlas diye adlandırılmıştır. İstiklal bağımsızlık ise Şirince'nin öteki mahallesine “kurtarılma” anlamına gelen İstihlas adı verilmiştir (Tül, 2008: 32-33). Her iki mahallede de yerleşim biçimi, arazinin eğimine uygun olarak kademelidir. Bu özellik, yapıların birbirlerinin görüşünü kapatmasını ortadan kaldırmaktadır. Topoğrafyanın eğimli oluşu, sokakların eğime paralel ya da diyagonal düzenlemesini gerektirmiş ve böylece yağmur sularının hızı kesildiğinden erozyon büyük ölçüde engellenmiştir (Soykan, 2004: 67).

Şirince köyünde iki meydan bulunmaktadır. Birincisi, Çeşme (Kasaplık) Meydanı, ikincisi ise ulu bir çınarın bulunduğu Çınaraltı (Çınarlı) Meydanı'dır. Çeşme Meydanı, iki mahalleyi birbirine bağlamakta ve köyün tam ortasında yer almaktadır. Bu iki meydanı birbirine bağlayan Çarşı Sokağı, köyün iş ve ticaret alanını oluşturmaktadır. Bu sokakta 10-15 yıl öncesine kadar yalnızca bakkal, fırın, kahvehane ve kasap mevcutken köyde turizmin gelişmesinden sonra şarap evleri, el-örgü işlerinin sergilendiği tezgahlar, hediyelik eşya dükkanları yerini almıştır (Soykan, 2004: 67). Şirince'nin dağlar arasında kalan bir köy olduğu düşünüldüğünde, mevcut olanakları ile bozulmadan günümüze gelebilmiştir. Osmanlı dönemine ait sivil mimarlık örnekleri, mevcut olanakları, değişik ortamı, farklı tarihi ve geçmişi ile avantaj yaratmaktadır (Bolat, 2007: 58).

Şirince'nin oluşum sürecini belirleyecek kesin bir ipucu olmasa da Efes kentinin dağılıp limanın Kuşadası'na, Frenklerin deyişiyle Scalanova'ya kayması yanında bir küçük grubun dağa çıktığı söylenmektedir. Bir başka küçük nüfus ise St. Jean mezarının çevresinde kalmıştır. İsa'dan sonra 6.yüzyılda, burada Bizans İmparatoru Justinianus'un bir kilise inşa ettirmesi, çevresindeki tarihsel ve dinsel olayların önemi ve Şirince küçük bir nüfusu saklı tuttuğunu göstermektedir (Tül, 2008: 24).

Şirince'nin kuruluşu hakkındaki bilgiler birbirini tutmadığı gibi, adının da çeşitli kaynaklarda Krykindje, Kirkidje, Kirkindsche, Kirkidje, Kırkıcı, Kırkınca, Çirkince biçiminde geçtiği görülmektedir (Soykan, 2004: 60). Köyün geçmişteki adı olan Çirkince ismini almasında, Aydınogulları döneminde azat edilen bir grup Rum'un köye yerleştikten sonra civar köydekilerin "yerleştiğiniz yer güzel mi?" sorusuna köyün gizlemek için Çirkince olarak cevap verilmesi etkilidir (sirinceevleri, 2009). Bu ad, İzmir Valisi Kazım Dirik Paşa'nın, 1928 yılında köy geldiğinde, öğretmen Suat Bey'in yazıp bestelediği bir marşın içindeki öneriye uyarak, köyün adını "ŞİRİNCE" olarak değiştirmesiyle son bulmuştur (Soykan, 2004: 60).

Şirince'nin kuruluşuyla ilgili olarak bir görüşe göre; Şirince Köyü'nün kuruluş İ.Ö. 5. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Önceleri Küçük Menderes havzasında kurulmuş olan köy, sel felaketleri nedeniyle daha yükseklerde yer alan bugünkü Şirince'ye taşınmış, "Dağdaki Efes" olarak bilinen "Kırkıcı Köyü" adıyla kurulmuştur (Bolat, 2007: 58). Şirince'yle ilgili bazı kalıntılar köy tarihinin ne kadar eski olduğuyla ilgili çıkarım yapmaya olanak yaratmaktadır.

Bu kalıntılardan en önemlisi “manastır” olarak bilinen kule kalıntılarıdır. Şirince’de en eski yapı olarak bilinen ve Helenistik döneme ait olduğu sanılan kule kalıntılarının 9. ile 13. yüzyıldan Efes kentinin yeniden kurulduğu Lysimakhos çağından beri var oldukları ileri sürülmektedir. Manastır çevresindeki seramik bulguların 13. yüzyıla ait olduğu tespit edilmiştir. Şirince’de Bizans dönemine ilişkin görülebilir kalıntılar günümüzde köydeki kahvelerin önünde sergilenen küplerdir. Yine, üzerinde açıkça Georgios yani Yorgo adının okunduğu, haç biçiminde düzenlenmiş toprak ekmek damgası, yörede Bizans döneminde toplum yaşamının varlığını göstermektedir (Tül, 2008: 22-23).

Türklerin yöreye gelmeleri, Ayasuluk’u (Selçuk) merkez edinmeleri sırasında birtakım kayıtlar Şirince’nin 16. yy da varlığını göstermektedir. Aynı zamanda, Ankara Tapu ve Kadastro Gelen Müdürlüğü arşivindeki 571 nolu ve 1583 tarihli Aydın Vakıf Defteri’nde Şirince’nin adı geçmektedir. Bu kayıtta, Ezine, Kızılca, Ulucak ve Turgud’ta bulunan arazilerin “Merhum İsa Bey” tarafından vakfedildiği kaydedilmiştir. Adı geçen bu köyler Tabi-i Çirkince olarak anılır, yani hepsi de Şirince’ye bağlı yerleşimlerdir. Türkler, Selçuk çevresini daha çok İsa Bey döneminde geliştirirler. İsa Bey Camii, 1375 yılında yapılmıştır. 1425-26 yılında Aydınoğlu Cüneyt’in öldürülmesi ile bölge Osmanlıların eline geçmiştir (Tül, 2008: 26).

Şirince’ye ilişkin en eski gezi günlüğü, 12 Eylül 1698 tarihi ile 10 Şubat 1702 tarihleri arasında Türkiye’ye gelen, İzmir’de saygın imalat şirketi eski papazı, saygın ve bilgin Edmund D.Chisull’a aittir. Gezi günlüğü kitabının adı da “Türkiye Gezisi ve İngiltere’ye Dönüş”tür. Chisull’a göre 1699 yıllarında Efes çevresinde tek kalınacak, konaklanacak yer kendi yazış biçimiyle Kırkince (Şirince) köyüdür. Aynı zamanda köyün tüm halkının Hristiyan olduğundan bahsetmektedir (Tül: 2008: 26-27).

1821 yılında Yunanistan’ın bağımsızlığını kazanmasıyla Rum nüfus, baskı altına alınmış ama bir yandan sistemli bir nüfus artışı Hellen hükümetlerince desteklenmiştir. Küçük Asya’da, Aydın vilayetinde Rum nüfusunda 1880’lere dek artış gözlenmiştir. Birinci Dünya Savaşına dek az sorunlu ve barış içinde geçen süreç, Türkiye’nin Bankanlar’da toprak kaybetmesi sonucunda bir kez daha yerli azınlıkların baskı altına girmesine neden olmuştur. Birinci Dünya Savaşının yenilgisi yöredeki bağımsızlık isteğini arttırmıştır. Bu gelişmeleri 15 Mayıs 1919 günü İzmir’in işgali izlemiş Ayasuluk (Selçuk), 22 Mayıs 1919 tarihinde Yunanistan’ın işgaline uğramıştır. 1922’nin Eylül ayına dek Yunanistan’ın işgali altında kalan

bölge, tekrar Türklerin eline geçtikten sonra, bu kez mübadele dönemi baş göstermiştir (Tül, 2008: 30).

Yunanistan ile aramızda 1924 yılında tamamlanan mübadele sonucunda Selanik, Manastır ve Provušta muhacirleri Şirince'ye gelmişlerdir (Soykan, 2004: 62). Cumhuriyet'le birlikte gelişen Ayasuluk (Selçuk), Akıncılar adıyla ilçe merkezi yapılırca Şirince, yine İzmir iline bağlı, ilçenin bir köyü konumuna gelmiştir. Bu kez 1927 yılında, Selçuk, Kuşadası ilçesini kapsayan bir merkez olmuştur. 1957 yılında ise Kuşadası, Aydın'a bağlı bir ilçe olurken Selçuk ayrılmış, İzmir'e bağlı bir ilçe olmuştur (Tül, 2008: 20-21).

2.3.5.3.3. Şirince'nin Kırsal Turizm Arz Kaynakları: Şirince köyünün kültürel zenginliği, kırsal turizmin varlık nedenidir. Köyün bütünüyle büyük bir Rum köyü olması, evleri ve kiliseleriyle tarihi miras oluşturmaları köye turist çeken başlıca nedendir. Şirince çevresinde birçok doğal çevreye sahip köy olmasına karşın Şirince'de bu kültürel değerleri dolayısıyla kültür turları düzenlenmekte ve otantik olması dolayısıyla ziyaret edilmektedir. Tarihi açıdan M.Ö. 5. yy'a dayanan bu köy; sadece mimari dokusuyla değil, aynı zamanda şarap, zeytinyağı, dantel, el işçiliği ve sallarıyla örtülü bir kaynaktır.

2.3.5.3.3.1. Doğal Turistik Değerler: Şirince köyü çevresinde doğal turistik değer kapsamında değerlendirebilecek varlığı saptanan 3 mağara bulunmaktadır. Bunlar; Kuşini Mağarası, Kurudağ (Damlatas) Mağarası ve Sütini Mağarası'dır.

Kuşini Mağarası; Şirince'nin kuzeyinde, Küçük Menderes vadisine bakan sırtlarda, içinde tonlarca mermerin alınmasıyla oluşmuş yapay Roma dönemi taş mağarasıdır. Kuşini, Selçuk-Şirince karayolunda Selçuk yönünden gelişte hemen yolun sol üstünde, Şirince'den yaya bir saat uzaklıkta, karayolu izlendiğinde Pranga çiftliğinin üstünde yer alır (Tül, 2008: 17). Mağaranın genişliği 100 m, derinliği 40 m, yüksekliği girişte 10 m dir. Tavanın çökmemesi için mağara içerisinde sütun görevi yapan çok büyük bloklar oluşturulmuştur. Bloklar üzerindeki izlerden Romalılar zamanında, buradan Efes kentine mermerler götürüldüğü anlaşılmaktadır. Mağaranın yanında kalmış bir mermer ocağı da dikkat çekmektedir (Soykan, 2004: 56).

Kurudağ Mağarası; Selçuk-İzmir karayolunun 2.km sinde, sağ tarafta Kurudağ yakınlarında yer alır (Soykan, 2004: 58). Toplam uzunluğu 42 m. olan mağaranın girişe göre

en derin noktası 22 m.'dir. Mağara Mesozoik yaşlı massif dolomitik mermerler içinde gelişmiştir. Mağaranın dar bir girişi vardır. Mağaranın kuzeye doğru eğimli olan tabanı kaya blokları ve traverten oluşumları ile örtülüdür. Mağara boşluğunda sarkıt, dikit ve sütunlar, duvarlarda perde ve bayrak travertenleri vardır. Eski çağlarda insanlar tarafından barınak olarak kullanılmıştır (kültür, 2009). Tabanda yapılan yüzey araştırmasında çok sayıda seramik ve Efes tipi yağ kandilleri ele geçmiştir. Kurudağ Mağarası M.Ö. 4. yüzyıla kadar 800 yıllık kutsal bir kült yeri olarak Grekler ve Romalılar tarafından kullanılmıştır (Soykan, 2004: 58). Doğal ve arkeolojik değerler bakımından zengin kaynaklara sahip olması nedeniyle turizm açısından değerlendirilmesi uygun bulunmaktadır (kültür, 2009).

Sütini Mağarası; Selçuk-Şirince karayolunun 1. km'sinde sol tarafta küçük bir tepenin yamacındaki kayalık alandadır. Henüz sonu bulunamayan mağaranın ölçülen uzunluğu 180 m.'dir. Girişi yan yana iki delikten meydana gelmektedir. Girişin üst tarafındaki kayalara oyulmuş olan iki adet mezar bulunmaktadır. Mağaranın girişindeki duvarda tahrip edilmiş birçok fresk izleri görülmektedir. Bunların bazı azizlere ait olduğu sanılmaktadır. İçi içe bölüm olan ve ağzı ancak sürünerek geçişe izin veren mağara da, beyaz suyu damlayan sarkıt ve dikitler mevcuttur (Soykan, 2004: 58). Doğumdan sonra sütü yeterli olmayan kadınlar damlayan sulardan içtikten sonra, mağaraya çıkamayanlar ise mağaradan getirttikleri taşları memelerine koyarak sütlerinin çoğaldığına inanmışlardır (selcuk, 2009). İsa'dan sonraki 13. yüzyıldan günümüze kadar mağaranın kullanıldığı ifade edilmektedir. 1982 yılında ilk kez mağaraya giren Dr. Erol Atalay ve ekibinin mağarada yapmış oldukları arkeolojik incelemelerde mağara içerisinde duvarlara Çirkinceliler çeşitli yazılar kazımışlardır. Bunların arasında dikkat çekenler: "Tanrının kölesi Sotirikos", "Ey İsa yardım et" gibi örneklerdir (Tül, 2008: 16). Mağaranın önünde Ayasuluk Tepesi ve Efes izlenebilmektedir (Soykan, 2004: 58).

2.3.5.3.3.2. Tarihi Turistik Değerler

2.3.5.3.3.2.1. Şirince Evleri: Şirince evleri, ortalama 100 yıldan öncesine inen, 19. yüzyıl ve 20. Yüzyıl başlarına ait son dönem Osmanlı evleridir. Evler; planları, malzeme ve işçiliği, mimarlık ve sanat özellikleri bakımından orijinallik taşır. Evlerde günlük yaşam koşullarını ve ihtiyaçlarını karşılayan klasik plan kaideleri uygulanmıştır. Evlerde dış ve köşe sofalı tip ve iç sofalı tip olmak üzere iki plan türü vardır (Soykan, 2004: 70).

Şirince’de evler, genellikle iki katlı olmakla birlikte arasında tek katlı örneklerle çok odalı örnekler de vardır. Birinci katlar genellikle küçük pencereli, mazgalı be yalnızca kapıya geçit verirken, ikinci katlar çok pencereli bir geometrik düzenlemeye sahiptir (Tül, 2008: 51). Şirince evlerinde dışta ve içte süsleme, evlerin genel karakteri ve mimari özellikleri ile bir bütün oluşturur. Evlerin dış bezemesinde boya nakışlama ve alçı dekorasyon görülür. Boyalı nakışlar iç bükey saçak altlarında ve çıkma altlarında ortaya çıkar. Kalem işi olan bezemelerde daha çok çiçekler, yaprak ve dallardan ibaret bitki asılı motifler işlenmiştir. Bunlar halk sanatının yerel örnekleridir (Soykan, 2004: 71). Kimi evlerin saçak süslerinde görülen kartallar, Kuşadası evlerinde de vardır. Kartalların Bizans’tan beri değişmeyen çift başlı kartallar oldukları belirtilmektedir. Kapı, pencere ayrıntılarındaki kollar, menteşeler, tırkılar hepsi de yerli üretim, dövme demirdir (Tül, 2008: 52). Anadolu’nun halen bazı küçük yerleşmelerinde görülen sokak kapıları üzerindeki demir kapı tokmaklarına Şirince’de hemen her evde rastlanılmaktadır. Bunların çoğu el ve halka şeklindedir (Soykan, 2004: 70-71).

Şirince evleri malzeme ve şekli itibarıyla %64 oranında taş yığma+bağdadi özellik taşır. Köydeki kerpiç yapılar, genelde bahçede depo veya ahır olarak kullanılmakta, taş yığma yapılarda, depo veya imalata dönük üretim yapılmaktadır. Evler çoğunlukla kırma çatılıdır. İstihlas Mahallesi’ndeki evler ise beşik çatılıdır. Evlerde tuvaletler içeridedir (Soykan, 2004: 72). Evler genellikle kireç boyalı, kimi zaman çivit mavi, hastane denilen evde ise sarı boya hakimdir (Tül, 2008: 52).

Şirince köyünün geleneksel mimarideki evleri kırsal turizmin en önemli kaynağıdır. Bu potansiyel bazı evlerde aile yanında konaklama veya bağımsız şeklinde bir işletmecilikle değerlendirilmiş ve turistlerin hizmetine sunulmuştur. Taş yığma+bağdadi tarzındaki yapılar, restorasyonla yenilenip, iç donanımı köye özgü düzenlenerek, köyde konaklamaya çekici hale getirilmiştir. Ama ne yazık ki, evlerde ilk halini koruyan ve güzelliğini kaybetmeyenler az sayıdadır. Geçmişten bugüne, kullanılmayanlar yıkıntı haline gelmiş, bir kısmının aslına uygun olmayan onarımlarla orijinalliği zedelenmiştir. İşlevsel olarak turizmde kullanılan 8 ev pansiyona dönüştürülmüştür (Soykan, 2004: 72).

2.3.5.3.3.2.2. Kiliseler: Selçuk ve yakın çevresinin 19. yüzyıl ve 20. yüzyıl başındaki demografik yapısı göz önüne alındığında, yörede çok sayıda kilise olması gerekir. Ancak günümüzde Şirince köyü içinde yukarı ve aşağı kilise olmak üzere iki kilise, köy dışında mabed, mağara deresi, elemen mevkii kilisesi olmak üzere üç kilise

bulunmaktadır. Köy içinde freskleri, ahşap işçiliği, mimari ve sanatsal önemi olan iki kilisenin varlığı, köyün Türkleşmeden önceki döneminde “1800 haneden oluşan büyük bir Rum köyü” olduğu tezini kuvvetlendirmektedir. Köy dışındaki üç kilise, gerek boyutları, gerekse inşaat tekniği açısından mimar ve proje gerektirmeyen “*Halk Mimarisi*” nin ilginç örnekleridir. Bu kiliseler, yazları büyük zamanlarını bahçelerde çalışarak geçiren Şirince halkının “*bağ-bahçe kiliseleri*”dir. Bu kiliselerin varlığı, halkın dini inançlarına bağlı olduklarının göstermektedir (Soykan, 2004: 69).

Yukarı Kilise (Vaftizci Yahya Kilisesi-Ioannes Prodromos Kilisesi): Yukarı kilisenin kuzey cephesindeki giriş kapısının üzerinde mermere kazıma tekniği ile 11 satırlık Yunanca kitabe bulunmaktadır (Pekak ve Aydın, 1999: 136). Bu kitabeğe göre, Ioannes Prodromos (Vaftizci Yahya)'a ithaf edilen kilise Heliopolis (Aydın) piskoposu Siphnoslu Kallinikos'un desteği ile kilise Eylül ayında 1805 yılında eski bir kilisenin üzerine/yerine inşa edilmiştir (Tül, 2008: 54). Ioannes Prodromos kilisesi doğuya doğru alçalan bir arazi üzerine kurulmuştur. Batı cephesi neredeyse saçak hattına kadar sokak seviyesindedir, kuzey ve güney cepheler doğuya doğru eğimle alçalmaktadır (Pekak ve Aydın, 1999: 137). Yerler mermer plaka ve çakıl mozaiklerle kaplıdır. Kadınlar bölümüne giriş güneyde ayrı bir merdivenle sağlandığı gibi, ayrıca içten bir merdivenle de yapılabilmektedir. Ahşaptan oluşan çekme kat, Ortodoks dünyasında da kadının ayrı bir izleme hakkı olduğunu göstermektedir (Tül, 2008; 60). Çan kulesi ise bir rastlantı olarak bir Eylül ayında tamamlanmıştır (Tül, 2008; 60). 1 Eylül 1876 tarihinde yaptırılan kulenin masrafını Emmanuel Marmari adında bir hayırsever karşılamıştır (Tül, 2008; 60). Kilisenin örtüsü, restorasyon sırasında yeni oluklu kiremit ile kaplanmıştır (Pekak ve Aydın, 1999: 138). Kilise son yıllarda Efes müzesi elemanlarınca, Amerikalı bir ailenin maddi desteğiyle onarılmıştır (Soykan, 2004: 68).

Aşağı Kilise (Aziz Demetrios Kilisesi): Aziz Demetrios'a adanmış yapı, daha çok Aşağı kilise olarak bilinmektedir. Yapı tek mekandan ve iki bölümden oluşmaktadır. Dışarıda oturma için düzenlenmiş girişi vardır. Ön girişten kuzeye inen merdivenler aracılığıyla ikinci kata kadınlar bölümüne çıkılmaktadır. Tüm yapıyı örten çatının batı uçta üçgen yapan bölümü günümüzde çökmüş durumdadır. Kilisenin örtüsü ise tümüyle ahşap çatıdır. Duvarlar kalın ve pencereleri içten dışa doğru daralmaktadır. Çatıyı örten çıta kafeslerin üstüne yapılmış sıva ve alçılarda süslemeler yer almaktadır. Kenger (akantüs) dalları ve ejderler kalabilen bezemelerdir (Tül, 2008: 63). Kuzey ve güney kanatlarda toplam sekiz pencere bulunmaktadır. İkonostasis ahşap kaba kereste ile 12 adet direk ile destekli biçimde yapılmıştır.

Günümüzde örtülmüş melek resimleri ile oldukça iyi durumdadır. İkonostasis tanrısal resimlerin dizili olduğu bir tür perdedir. Arkasına ise kadınların geçmesi yasaktır. Arka kesimden rahipler dinsel ayinin servisini yapmaktadırlar. Tütsü, şamdan gibi ayrıntılar arkada bulundurulmaktadır. Dinsel tören sırasında da hizmetliler arkadan bu nesneleri taşıyıp töreni oluşturmaktadırlar. Pencerelelerin her biri üstünde ve arasında bulunan oval, ahşap, üstü alçılı tablolar bir zamanlar 12 havarinin resimlerini taşımaktadırlar. Günümüzde kuzey kanatta ikinci pencere üstünde Andreas'ın, üçüncü pencere üstünde Markos'un adarı, resimleri durmaktadır. Güney kanatta ise üçüncü pencere üstünde İoannes adı ve bu yaşlı havarinin resmi vardır. Kilisenin tabanı taş döşelidir. Menderes süslü ahşap kapılar 1992 yılında çalınmıştır. Yapı günümüze kaderine terk edilmiş durumdadır. Çatının dayanacağı süre belirsiz olmakla birlikte çatının çökmesi haline yapı darmadağın olacaktır (Tül, 2008: 67).

Mabed Kilisesi: Selçuk'u Şirince'ye bağlayan karayolunun kuzeydoğusunda, Şirince'ye birkaç kilometre mesafede, ilk bakışta yeni inşa edilmiş bir baraka izlenimi veren bir yapıdır. Yapı, Şirince çevresinde benzer iki örneğini de bulunan, küçük boyutlu, basit kiliselerden biridir. Ancak Mabed Kilise'ni diğer ikisinden ayıran önemli bir özellik, Hellenistik dönemde inşa edilen bir yapının, belki de bir tapınağı duvarları üzerine inşa edilmiş olmasıdır. Tek bir mekandan ibaret kilisenin girişi batı duvarında, eksenin hafif güneyindedir. Naosun Kuzey ve Güney duvarlarında, eksenin batısında dikdörtgen iki pencere; doğu duvarında, biri eksende diğeri eksenin kuzeyinde olmak üzere iki, kuzey duvarın doğu köşesinde bir niş bulunmaktadır. Doğü duvardaki nişlerin önünde, tümü doğu duvar boyunca uzanan ve içe çıkıntı yapan bir taş blok bulunmaktadır. Naosun zemini topraktır (Pekak ve Aydın, 1999: 139).

Mağara Deresi Kilisesi: Şirince'nin yaklaşık olarak 500 m. Güneydoğusunda, Mağara Deresi Vadisi olarak bilinen vadinin doğusunda, köy mezarlığına yakın bir konumda, Erdem Dağlı adlı kişinin toprakları içinde, günümüzde bahçe evi olarak kullanılmaktadır. Kilise doğu-batı doğrultusunda uzanan tek bir neften ibarettir. Batı duvar ekseninin güneyindeki dikdörtgen giriş kapısı ahşap kanatlıdır. Batı duvarda, kapının iki yanında kuzeydeki örülmüş iki dikdörtgen niş; kuzey ve güney duvarlarda karşılıklı birer dikdörtgen pencere bulunmaktadır. Doğü duvarda, zeminden 0.86 m. yüksek, yuvarlak kemerli, eksenindeki diğerklerinden daha geniş üç niş mevcuttur. Nişlerin alt seviyesinde, içe taşkın taş levhalar bulunmaktadır. Naosun zemin düzgün olmayan taş levhalarla kaplıdır. Kilise kaba yonu

kesme taş ve çamur harçla inşa edilmiş, içten tamamen, dıştan kısmen badanalanmıştır (Pekak ve Aydın, 1999: 140).

Elemen Mevkii Kilisesi; Şirince'nin 2 km. Kuzeydoğusundaki Elemen mevkiinde, Mehmet Balaban adlı kişinin topraklarında yer alır. Yapı, Doğu-Batı doğrultusunda dikdörtgen planlı ve tek bir mekandan ibarettir. Önceki iki kiliseden farklı olarak, doğuda dışa taşkın yarım yuvarlak, zemine dek inen bir apsis ve ekseninde dışa daralan bir pencere bulunmaktadır. Apsisin Kuzeyinde, zeminin 0.70 m. üstünde yuvarlak kemerli bir niş mevcuttur. Kiliseye giriş, batı duvar eksenindedir. Naosun Güney duvarında, eksenin batısında dikdörtgen bir niş, doğusunda dikdörtgen bir pencere; Kuzey duvarında eksenin doğusunda benzer bir pencere ile yarım yuvarlak bir niş bulunmaktadır. Beden duvarlarında kaba yonu kesme taş ve tuğla, apsis ve nişlerin kemerlerinde tuğla malzeme kullanılmıştır. Kilisenin içinde nereden geldiği saptanamayan Bizans dönemine ait bir sütun başlığı ile bir kaide bulunmuştur. Kilisenin kuzeybatısında, yeni inşa edilmiş bir hayvan barınağı mevcuttur (Pekak ve Aydın, 1999: 140).

2.3.5.3.3.2.3. Yapı Kalıntıları: Şirince’de kule kalıntıları, manastır kalıntıları, su kemerleri, karıncalı yokuş ve cibe olmak üzere 4 adet yapı kalıntısı bulunmaktadır. Karıncalı yokuş ve cibe yapılarının hangi dönemde yapıldığı ve işlevi bilinmemektedir.

Kule Kalıntıları (Manastır): Şirince’deki en eski yapı olarak bilinen yapının, Helenistik dönemde Efes kentinin yeniden kurulduğu çağda yapıldığı düşünülmektedir. Son yıllarda yapılan kazı çalışmalarında ortaya çıkmıştır. Yörede manastır olarak tanınmasına karşın manastır olduğuna dair kalıntı bulunmamaktadır. Yapılan ayrıntılı incelemelerde asıl yapının değiştirildiği yapının kule olduğu anlaşılmaktadır. Dörtgen planlı yapının doğu duvarı iyi korunmuş durumdadır. Kuzey duvarı ise toprağa gömülüdür. Batıdan da birkaç sıra taş ile saklı kalmıştır. Asıl önemli yanı, aşağıdaki dereye bakan taş dizisinden oluşan, düzgün bir Güney kenarı vardır. Genişliği 9.48 metredir. Toprağa, yamaca doğru oturduğu alan derinliği ise 7.90 metredir. Bu yapının Güney kenarını oluşturan temel taş dizisi iki sıra korunmuş, 32 cm yüksekliğindedir. Yapı ortasından geçen, yine kendi malzemesinden oluşan bir duvar ile ikiye ayrılmıştır. Güney cephede duvar ve derzleri örten sıvalardan anlaşıldığına göre yapı bir iç bölmeye sahiptir. Yapılan değişikliğin Bizans döneminde yapılmış ve son kullanımda iç bölümlenmede burada bir kilisecik inşa edilmiştir. Kilisecik batıdan girilen uzunlamasına bir mekan olarak yarısını kaplayacak biçimde Helenistik kulenin kabuğu içinde yer alır. Bu kilise “*Mabed Kilise*”dir. Bunun yanında burada yapılan kazı çalışmalarında bol sayıda çömlek

parçası ve İ.Ö. 4. yüzyıldan bir krater parçası bulunmuştur. Yapının benzerleri Efes çevresinde de görülmektedir (Tül, 2008. 23-24)

Su Kemerleri: Çirkince Boğazında Orta Bizans döneminde yapılmış, St. Jean kilisesine su ulaştıran suyolunun bir parçasıdır. Suyun başına ilişkin kalıntılar Belevi'den başlamakta karayoluna paralel ve görülebilir biçimde tüm dağların yamaçlarını dolaşarak Çirkince Boğazından vadiyi aşmaktadır. Sonra da Selçuk istasyonunu geçip St. Jean kilisesinin önündeki sarnıca ulaşır. Pranga suyu adı verilen kanalın başlangıç yeri tam olarak bilinmemektedir. Belevi Maussolleionu'nun Güney ve Batı basamaklarında görülen su kanalı izleri bu kanal sisteminin başlangıcı olduğu tahmin edilmektedir (Tül, 2008: 17).

Karıncalı Yokuş Yapı: Şirince'nin yaklaşık 3 km. Kuzeydoğusundaki Karıncalı Yokuş mevkiinde, deniz seviyesinden 410 m. yüksekte, Naim Gülümser'in arazisi içinde yer alır. Büyük bir bölümü otlar-bitkiler içinde kalan yapının zemini, çöken örtü sisteminin molozuyla dolmuştur. Şirince'nin yakınındaki en yüksek tepelerden birinin üzerindeki yapıya yaklaşıncı kule benzeri iki paye görülmektedir. İşlevi ve dönemi saptanamayan yapı doğu-batı yönünde dikdörtgen planlıdır. Kemer izlerinden anlaşıldığı kadarıyla 'L' biçimindeki bu payeler ile doğudaki duvar payeleri, batıda yaklaşık kare planlı, baldekan şemasında bir mekan (A mekanı) oluşturmaktadırlar; ancak bu mekanın (varsa) örtü sistemini tanımlayacak ip ucu bulunmamaktadır. Ölçüler gözönüne alındığında, A mekanının kubbe ile örtülü olduğu varsayılabilir. A mekanının doğusunda, doğu-batı doğrultusunda uzanan bir mekan (B mekanı) ve bu mekanın içinde ikinci bir mekan (Bl mekanı) bulunmaktadır. Yapı sarı, yeşil, kahve ve siyah renkli kaba yonu taş malzeme kullanılarak inşa edilmiştir, taşlar arasında yer yer tuğla malzeme kullanılmıştır. A ve B mekanlarında duvar kalınlığı yaklaşık olarak 1.00 m. iken Bl mekanının batı ve güney duvarları 0.60 m. kalınlığa sahiptir ve olasılıkla sonradan inşa edilmiştir. A mekanının payelerini bağlayan kemerlerinde çift sıra, duvarlardaki nişlerin kemerlerinde tuğla kullanılmıştır (Pekak ve Aydın, 1999: 141).

2.3.5.3.3.2.4. Diğer Tarihi Turistik Değerler: Şirince'de evler, kiliseler ve eski yapı kalıntıları haricinde yörede ilkökul binası, çeşmeler, değirmenler, yağhaneler, ekmek damgası, küpler, mezartaşı ve cami olmak üzere birçok turistik değer bulunmaktadır

İlkokul Binası: Neo-klasik üslupta (19. Yüzyıl) bir yapı önündeki çeşmesiyle anıtsal bir yapıdır (Soykan, 2004: 68). Kuzeye doğru uzanan sırtta yer alan yapının köşe taşların Ayvalık Sarımsak'tan sağlanmış olması kaydedilir özelliğidir. Terkedilmiş olan ilkökul, Batı ve

Doğudan teraslarla çevrelenmiştir. Okulun yapımına Sultan Aziz'in izin verdiği belirtilmektedir (Tül, 2008: 29). Bodrum kat üzerine tek katlı bir binadır. Temelde ve beden duvarlarında taş kullanılmış, taban ve tavan ahşaptandır (Soykan, 2004: 68). İç ayrıntıları, kapı pencere doğramaları ile aydınlık bir örnek olan yapının Şirince için yeni bir işlevi üstlenmesi tasarlanmıştır. 1996 yılında onarıma alınarak müze yapılması için çalışmalara başlanmış, ancak bu hedefe ulaşamamış ve restoran olarak hizmet vermesi uygun bulunmuştur (Tül, 2008: 29). Günümüzde yapı Artemis Restoran olarak faaliyetini sürdürmektedir.

Çeşmeler: Köyde, 19. yüzyıldan kalma üç çeşme bulunmaktadır (Soykan, 2004: 69). Bu çeşmelerden biri eski ilkokul binasının bahçesindeki mermer çeşme, biri İstihlas mahallesindeki tarihi çeşme bir diğeri de köy meydanındaki haçlı çeşmedir (Tül, 2008: 30-41). Bunun yanında 2003 yılında Yukarı kilise yakınların Türk-Yunan dostluğunu sembolize eden bir çeşme yapılmıştır (Soykan, 2004: 69).

Değirmenler: Köyün en önemli değirmenlerinden biri, yolun Şirince boğazına tırmanmaya başladığı kesimdedir. Günümüzde de su akışı sürmektedir. İki değirmenin daha su aşırma duvarının kalıntıları Şirince boğazının girişinde, yolun solundaki su kemerlerinin tam karşısında, güney sırtında bulunmaktadır (Tül, 2008: 33).

Yağhaneler: Geniş avluları ile tek katlı yapılardır. Günümüzde kullanılan örnekleri salamura ve bekletme havuzlarının kapladığı avlularıyla, içlerinde mengene ve ezme düzeneği bulunmaktadır (Tül, 2008: 52).

Ekmek Damgası: Şirince'de Ali Kaya adlı kişinin şeftali bahçesinde bulunan ekmek damgası Bizans dönemine aittir. Üzerinde açıkça Georgios yani Yorgo adının okunduğu, haç biçiminde düzenlenmiş, pişmiş toprak ekmek damgası, yörede Bizans toplumunu yaşamının varlığının göstergesidir. Hilesiz ve markalı ekmek üretmeyi düşünen bir üreticinin ekmeklerini sattığı küçük de olsa bir toplumun Şirince'de var olduğu bilinmektedir (Tül, 2008: 24).

Küpler: Şirince'de Bizans dönemine ilişkin görülebilir kalıntıların başında günümüzde köydeki kahvelerin önünde sergilenen küpler gelmektedir. Küplerden bir tanesi de İstihlas Mahallesi 156 numaralı pansiyon evinin önündedir. Dev boyutlu küplerin ilk bakışta biçimleri

geç Bizans dönemini göstermektedir. Yağ ya da şarap saklamaya yarayan bu kapların bir evin ambarında arta kalmış olacağı belirtilmektedir (Tül, 2008: 54).

Mezartaşı: Bir Şirince evinin kapı eşiğinde bulunmuştur. Mezartaşının üzerinde Panayotis G. Karakaya 1901 yazan taş günümüze bir biçimde ulaşmıştır. Taşın en alt sırasında bulunan Yunan Harfleri ile ΤΑΣ 1901 tarihi sonradan eklenmiş olduğu tahmin edilmektedir (Tül, 2008; 60).

Cami: Köyde 1968 yılında inşa edilen tek cami bulunmaktadır.

2.3.5.3.3.3. Yakın Çevrenin Turizm Çekicilikleri: Ege Bölgesi elverişli coğrafi konumu, iklimi, bitki örtüsü, sahip olduğu kıyıları ve denizleri, tarihi ve kültürel değerleriyle başta kıyı turizmi olmak üzere, inanç, kültür, sağlık turizmi, kırsal turizm gibi birçok turistik faaliyete imkan sağlamaktadır. Ege bölgesindeki Kuşadası limanının varlığı özellikle kurvaziyer ve yat turizmini geliştirmekte bölgeye turistik talep artışın önemli katkılar sağlamaktadır. Bunun yanında Şirince'nin coğrafi konum bakımından potansiyeli çok yüksek ve turizmde dünyada adını duyurmuş Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, St. Jean, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakınlığı Şirince'deki turizmi doğrudan etki etmektedir. Özellikle yöreye gelen yerli ve yabancıların çoğunluğunun günübirlik ve kültür turlarıyla geldiği düşünüldüğünde turistler öncelikle Efes ören yerini, Meryem Ana Evini ve diğer tarihi inanç merkezleri, müzeleri gezdikten sonra Şirince'ye gelmektedirler. Kurvaziyerle gelen turistler yörede konaklama yapmasalar dahi günübirlik turlara katılarak bu tarihi ve kültürel yerleri gezmekte ve Şirince'ye de uğramaktadırlar. Dolayısıyla Ege bölgesindeki bu turizm çeşitliliği ve turizm türlerinin entegre olması Şirince'nin kırsal turizm talebine doğrudan etki etmektedir.

Şirince Köyü'ne en yakın mesafede ziyaret edilebilecek tarihi ve kültürel zenginlikler; Efes Antik Kenti, Meryem Ana Evi, Artemis Tapınağı, St.Jean Kilisesi, Yedi Uyurlar, İsabey Camii, İsabey Hamamı, Ayasuluk Kalesi, Keçi Kalesi, Ayasuluk Kalesi, Ayasuluk İstasyonu, Efes Arkeoloji Müzesi, Çamlık Lokomotif Müzesi, Saadet Hatun Hamamı Müzesi, Belevi Mousoleunmu, Magnesia, Klaros 'dır. Bu yerleri kısaca tanıtmak gerekirse;

Efes: İlk çağın en ünlü kentlerinden biri olan Efes, Küçük Menderes nehrinin deltası üzerinde kurulmuştur. Kentteki en eski buluntular M.Ö. 6. bin yıla tarihlenen Çukuriçi

Höyük'teki Neolitik Çağ kalıntılarıdır. Ayasuluk Tepesi'nde ise Eski Tunç Çağ'a tarihlenen bir Hitit Dönemi yerleşimi vardır. Burasının adı Hitit yazılı kaynaklarında Apasas olarak geçmektedir. Dilbilimcilere göre Efes kelimesi Apasas'dan türemiştir. Kent deniz ve kara ticareti ile Roma Dönemi'nde Asya'nın en büyük ve zengin metropolü olur. Her taraf mermerden yapılmış anıtsal yapılarla donanır. Tümüyle mermerden yapılmış ilk kenttir. M.Ö. 4.y.y.'da Liman kuzeyden gelen Marnas Çayı ve Küçük Menderes nehrinin getirdiği alüvyonlarla dolmasıyla ticaret geriler. Efes denizden uzaklaşır. 7. y.y.'da Araplar bu kıyılara saldırır. Efes, savunması daha kolay olması sebebiyle Ayasuluk Tepesi'ne taşınır (selcuk, 2009). Ayasuluk, Aydınogulları tarafından 1304 yılında ele geçirilmiş, 1406 yılında Osmanlı topraklarına katılmıştır (Soykan, 2004: 91). Efes'te ilk kazı çalışmaları, Osmanlı Aydın Demiryolları Şirketi'nin bir mühendesi olan İngiliz Wood, tarafından başlatılmıştır. Efes'te yapılan kazılar birbirini takip etmiş çıkan buluntular British Museum'da sergilenmek üzere taşınmıştır (Tül, 2008: 10). Efes ören yerindeki kalıntıların başlıcaları şunlardır; Magnesia Kapısı, Yarius Hamamı, Devlet Agorası, Odeion, Prytaneium, Herakles Kapısı, Su Sarayı, Pollio Çeşmesi, Memmius Anıtı, Domition Tapınağı, Kuretlar Caddesi, Trajan Çeşmesi, Skolatikia Hamamları, Hadrian Tapınağı, Latrina, Yamaç Evler, Celcus Kütüphanesi, Aşk Evi, Ticaret Agorası, Mazeus-Mithridates Kapısı, Mermer Cadde, Helenistik ve Hamamları, Çifte Kiliseler Konsül Kilisesi, Stadyum, Veditus Gymnasium'udur (Soykan, 2004: 91).

Meryem Ana Evi: Selçuk'a 9 km uzaklıkta Bülbül Dağı üzerinde Hristiyanlığın kutsal anası Hz. Meryem'in Evi bulunmaktadır. Hristiyanlarca "Panaya Kapulu" olarak da adlandırılan kutsal yerin M.S.4. yüzyılda inşa edildiği sanılmaktadır (kültür, 2009). Şirincelilerin geleneklerinde yeralan her Ağustosun 15'indeki Meryem'in ölüm gününü anmaları, Meryemana'nın Efes'te öldüğünü kanıtlamıştır. Uzun yıllardır yatağından kalmadan gördüğü rüyaları anlatan Katherine Emmerich adlı bir rahibe, Efes'ten binlerce kilometre uzakta, Meryem'in yaşadığı yeri ve evini tanımlamaktadır. Katherine Emmerich'in düşlerinin ışığında yapılan araştırmalarda, Meryem Ana'nın evinin burası olduğu tespit edilir (Tül, 2008: 33-34). Hristiyanlık dünyasında yepyeni bir buluş olarak kabul edilen bu olay, evi kutsal kılmıştır. İ.S. 1. yüzyıla tarihlenen haç planlı ve kubbeli yapı, restore edilmiştir (Soykan, 2004: 91).

Artemis Tapınağı: Antik dünyanın mermerden inşa edilen ilk tapınağı olan Artemis, dünyanın yedi harikasıdan biri olarak kabul edilir (sirinceevleri, 2009). İzmir-Aydın demiryolunun yapımında görevli olan Wood, Osmanlı Hümetinin verdiği yetkiyle British

Museum'la anlaşarak Artemis Tapınağını bulmak yolundaki girişimleri sağlamak üzere gerekli parasal kaynağı sağlamış ve 1863 yılında kazılara başlamıştır. Çıkarılan bir duvarın tapınağın dokunulmazlık alanına ilişkin (temenos) olduğu anlaşılmıştır. Günümüzde Selçuk ile Yedi Uyurlar Mağarası arasındaki tarlalarda saptanan duvardan 400 metre kuzeye gidilerek 1869 yılında su düzlemi altında tapınağın yeri saptanmıştır. Böylece, Dünyanın Yedi Harikası'ndan biri olan Artemis tapınağının hem Arkaik, hem de Helenistik yapı evrelerine ilişkin sayısız kabartma, mimari parça ve adak eşyası açığa çıkartılmıştır (Tül, 2008: 12). Tapınak yedi kez yakılmış ve yeniden yapılmıştır. Görkemli tapınağın bugün yerinde yalnızca temel kalıntıları bulunmaktadır (Soykan, 2004: 91).

St. Jean Kilisesi: Selçuk Kalesi'nin bulunduğu tepenin güney eteğindedir. Bu yapı Efes'teki Bizans Dönemi yapılarının en görkemlisidir (selcuk, 2009). Haç planlı yapıya batıda geniş bir avludan girilmektedir. Doğu-batı ekseninde uzanan yaklaşık 130 m. uzunluğundaki yapının ana mekanı 6 büyük kubbeye kaplıdır. İki kat üzerine inşa edilen bu görkemli kilisenin sütun başlıklarında İmparator Justinien ve karısı İmparatoriçe Theodora'nın monogramları bugün hala görülebilmektedir. St. Jean'ın mezarı ana kubbe altında yer alır. Ortaçağda Aziz'in mezarından kalkan tozların şifa özelliğine inanan Hristiyanlar burayı bir hac mekanına dönüştürmüşlerdir (sirinceevleri, 2009). Ege'nin en önemli Hristiyanlık anıtıdır (Soykan, 2004: 91).

Yedi Uyurlar: İmparator Decius zamanında yaşayan yedi Hristiyan genç, İmparator Tapınağı'nda yapılması gereken kurban sunma işlemini yerine getirmek istemedikleri için, kentten kaçıp buradaki bir mağaraya saklanırlar. Yedi genç bir süre sonra uykuya dalarlar. Uyandıktan sonra yiyecek almak için kente gittiklerinde, yalnız bir gece değil 200 yıl uyudukları ve Roma İmparatorluğu'nun her yanında Hristiyanlığın yaygınlaştığını öğrenirler. Durumu haber alan imparator Theodosius II, bunu 'Resurrection' yani ölümden sonra insan ruhunun yeniden dünyaya geleceği inancının bir göstergesi olarak kabul eder. Yedi genç öldükten sonra büyük bir cenaze töreni yapılır ve gömüldükleri mağaranın üzerine bir kilise inşa edilir. 1927-28 yıllarında burada yapılan kazılarda, bir kilise ile yüzlerce mezar bulunmuştur. Mezarlarda ve kilisenin duvarlarında kutsal kabul edilen Yedi Uyuyanlar'a hitaben yazılmış yazıtlar vardır (selcuk, 2009).

İsabey Camii: Ayasuluk Tepesinde St. Jean Bazilikası'nın batı yamacında bulunan İsa Bey Cami bir Selçuklu Dönemi yapısıdır. İsa Bey tarafından 1375 yılında inşa ettirilmiştir (kültür, 2009). Görkemli kapıdan girilen avlu, üç taraftan revaklarla çevrili ve ortasında bir şadırvan

vardır. Caminin doğu ve batı kısımlarına rastlayan giriş kapıları yanında tuğladan yapılmış iki minare vardır. Bunlardan batı tarafındaki halen kısmen ayakta ve tuğlaları firuze renginde surla kaplıdır. Bu cami, Türk mimarisinde ilk defa ikinci cemaat mahalline sahip olması yönünden ve Selçuk-Osmanlı mimarisi arasında bir geçiş teşkil ettiğinden dolayı Sanat Tarihinde önemli bir yer tutmaktadır (selcuk, 2009).

İsabey Hamamı: İsabey Camisi ile birlikte yapılmıştır. Klasik Türk hamamının bütün özelliklerini taşır. Bütün mekanlar kubbelidir. Kubbe kasnağını taşıyan stalaktitleri benzerlerinin en güzelidir (selcuk, 2009).

Keçi Kalesi: Selçuk'tan 9 km uzaklıkta, antik kaynaklarda adı Gallesion olarak geçen Alaman Dağı'nda 300 m. yükseklikte konumlanmıştır. Kale dikdörtgen planlı iç kale ve bunu kuzey ve batıda çevreleyen bir dış kale yapısından oluşmaktadır. Kale kapısının içinde yuvarlak veya kare şeklinde kuleler yapılmış ve bütün duvarlar yerel kireçtaşından yapıлып arası sert kireç harcıyla doldurulmuştur. Keçi Kalesi'nin 13. yüzyıla ait olduğu ve kalenin Bizans ismi bilinmese de Kızılhisar denildiği bilinmektedir (selcuk, 2009).

Ayasuluk Kalesi: Ayasuluk tepesinin en yüksek yerine inşa edilmiş kalenin günümüzdeki duvarları Selçuklu-Osmanlı dönemine aittir. Kalede bir camii ve su sarnıçları bulunmaktadır (Soykan, 2004: 92). Biri Güney, diğeri de Batıya açılan iki giriş kapısından, batıdaki daha anıtsal bir yapıya sahiptir. Rivayete göre St. Jean İncil'ini bu kalede yazmıştır. Ayasuluk Tepesi Erken Hristiyan, Bizans ve Selçuklu devirleri boyunca iyi tahkim edilmiş bu kale ile savunulmuştur. Halen ayakta duran sur, Erken Hristiyanlık Devri'nde inşa edilmiş olup sonradan Selçuklular zamanında büyük bir restorasyona uğramıştır. Kale duvarındaki ana giriş kapısı Roma yapılarından alınmış taşlarla M.S. 6. y.y.'da yapılmıştır. Kalenin içinde küçük bir şapel ve sarnıçlar vardır. Eski bir Bizans kilisesi olan bu yapının da sonradan su sarnıcı olarak kullanıldığı tespit edilmiştir (selcuk, 2009).

Ayasuluk İstasyonu: İkinci, üçüncü dereceden bir istasyona sahip olup, gar bilet gişesi, sundurma biçimli oturma yeri ve lojmanı bulunmaktadır. Tuvaletleri diğer istasyonlardaki gibi dışarıdadır. Ayrıca, güneyinde bir su deposu bulunmaktadır. Birkaç hattan oluşan istasyon demiryolu, trenlerin manevralarına göre düzenlenmiştir. Yaklaşık 1863 yılından itibaren mimari özelliğini korumuş olan yapı, İngiliz tarzında Kraliçe Victoria dönemi mimarlığın etkisinde yapılmıştır (Tül, 2008: 15).

Efes Arkeoloji Müzesi: Sahip olduğu ve sergilediği yalnızca yerel eserlerle Avrupa'nın en önemli ve en zengin müzesi durumundadır. Efes Müzesi bugün büyük bölümü Efes kazıları, St. Jean Kilisesi, Belevi Mezar Anıtı ve yakın çevredeki diğer ören yerlerinden getirilen, Efes ve Anadolu arkeolojisi için çok önemli eserleri ile zengin bir yerel müzedir. Miken, Arkaik, Hellenistik, Roma, Bizans ve Türk devirlerine ait eserler içinde çoğunluğu Hellenistik, Roma ve Bizans devri eserleri oluşturur (selcuk, 2009). İki büyük Artemis Heykeli, Eros Başı, Yunuslu Eros Heykelciliği, Sokrates Başı, Efes Müzesi'nin dünyaca ünlü eserlerinden birkaçıdır (Soykan, 2004: 92).

Çamlık Lokomotif Müzesi: Demiryolu ve karayolu ile Selçuk'a 7 km. uzaklıkta olup 160 dönüm arazi üzerine kurulmuştur. Büyük Önder Atatürk Ege manevraları sırasında Beyaz Özel Treni ile karargahını bu istasyona kurmuş, manevralar süresince Ege sahillerine buradan ulaşmak suretiyle manevraları takip etmiştir. Burada 25 adet muhtelif tipte TCDD'de hizmet görmüş ve yaşları 50-80 olan Buharlı Lokomotifler sergilenmektedir (selcuk, 2009).

Saadet Hatun Hamamı Müzesi: Saadet Hatun tarafından 14. y.y.'da yaptırılmıştır. Selçuk Efes Müzesi bitişiğindeki bu bina Türkiye'de açılan ilk hamam müzesi'dir (selcuk, 2009).

Belevi Mausoleumu: İzmir yolu üzerinde Selçuk'tan 13 km. uzaklıktaki yol kavşağının doğusunda, Belevi beldesinde bulunan bu anıt, dünyanın yedi harikasından biri olan Halikarnassos Mausoleumu'ndan sonra Anadolu'nun en büyük ve en yüksek mezar anıtıdır. Anıtın toplam yüksekliği, çatı olmaksızın yaklaşık 23 m. olup, çatının ne şekilde bittiği konusunda bilgi verecek parçalar bulunamamıştır. Hellenistik Çağ'a tarihlenen anıtın ayrıca M.Ö. 246'da Efes'te ölen Seleukos kralı Antiokhos II'nin mezarı olduğu da ileri sürülmektedir (selcuk, 2009). Mezar odasındaki lahit, bir sütun başlığı ve saçak heykelleri Efes Müzesi'nde sergilenmektedir (Soykan, 2004: 92).

Magnesia: Ortaklar-Söke otoyolunun batısında olup Şirince'ye yaklaşık 40 km. uzaklıktadır. Küçük Menderes Nehri kenarındaki Magnesia Kenti, İyonya'nın merkezinde yer almaktadır. Kent, Kuzey Yunanistan'dan gelen Magnesia'lı Aiollerce önce deniz kenarında kurulmuş, sonra buraya taşınmıştır. Menderes Magnesia'sında bugün yalnızca Artemis Tapınağı'nın kalıntıları görülebilmektedir. Agora, Zeus, Sosipolis tamamı ise ağaç ve otlarla kaplıdır (Soykan, 2004: 93-94).

Klaros: Günümüzde Ahmetbeyli yakınlarında yer alan Claros'un kesin kuruluş tarihi bilinmemekle birlikte, M.Ö. 7. ve 6. yüzyıllarda Kolophon kenti tarafından tanrı Apollon adına tapınak alanı olarak inşa edildiği sanılmaktadır. Bir kehanet merkezi olarak Claros, Delfi ve Didim'deki Apollon kehanet merkezlerinden sonra üçüncü önem sırasındadır (sirinceevleri, 2009). Ören yerinde çok sayıda armağan, adak ve yazıt bulunmuştur. Kentin en görkemli yapısı olan Apollo Tapınağı, Helenistik ve Roma çağında çok ünlenmiştir (Soykan, 2004: 93). Dor düzenindeki tapınağın "cella"sında oldukça yüksek Apollon, Artemis ve Leto heykelleri bulunmuştur. Bu heykellerden mabette yalnız Apollon'un değil Leto ve Artemis'in tapınıldığı sonucuna varılmıştır (sirinceevleri, 2009). Tapınağın altındaki koridorlar, fal bakan rahiplerin bölmesine ulaşmakta ve buradaki su kaynağının fal bakmada önemli bir işleve sahip olduğu anlaşılmaktadır. Şirince'nin kuzeybatısında yer alan Klaros'un köye uzaklığı yaklaşık 30 km. kadardır.

Şirince köyü yakın çevresinde turistik anlamda destek verebilecek üç önemli kentsel yerleşme bulunur. Bunlar Selçuk ve Kuşadası ve İzmir'dir.

Selçuk: Cumhuriyet'le birlikte gelişen Ayasuluk (Selçuk), günümüzdeki adına 1914 yılında kavuşmuştur. 1927 yılında, Selçuk, Kuşadası ilçesini kapsayan bir merkez olmuştur. 1957 yılında ise Kuşadası, Aydın'a bağlı bir ilçe olurken Selçuk ayrılmış, İzmir'e bağlı bir ilçe olmuştur (Tül, 2008: 19). Selçuk, tarihi, doğal ve sahip olduğu değerler itibari ile büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Antik Efes Harabeleri, Meryemana Evi, ayrıca Hazreti İsa'nın Havarisi St. Jean'ın mezarı ve kilisesi ile birlikte, Türk Selçuklu Mimarisinin en önemli örneklerinden İsabey Camii, Selçuk Kalesi, Su Kemerleri, Hamam ve Kümbetler, Efes Müzesi ile Son Osmanlı Mimarisi örneklerine sahip Şirince Köyü, yerli ve yabancı turistlerin ilçeyi ziyaret sebepleri olmaktadır. ılıman iklimi ayrıca Ege Denizi sahilinde yer alması, deniz turizmini de giderek arttırmaktadır. 1 Ocak - 30 Haziran 2008 tarihleri arasında 826.617 yerli ve yabancı turist Selçuk'u ziyaret etmiştir (selcuk, 2009).

Kuşadası: Şirince'ye 28 km. uzaklıkta, Ege Bölgesi'nin başlıca kıyı merkezlerinden biridir (Soykan, 2004: 94). Kuşadası Türkiye'nin tatil ve dinlenme yerleri arasında en önemlilerinden biri konumunda olup bir körfezin sahilleri etrafında kurulmuş liman kentidir. Ege'nin en güzel koyuna hakim olan ilçe, gerek altyapı imkanları gerekse Kurvaziyer gemilerine verdiği servis ağı nedeniyle gelen yolcu sayısı bakımından Ege'nin en gözde turistik merkezi konumundadır (Çolakoğlu, Keser ve Çolak, 2008). Akdeniz'de cruise seferleri yapan kurvaziyer gemileri Kuşadası'na uğramakta ve yabancıların hepsi Efes'i ve

Meryem Ana Evi’ni ziyaret etmektedir. Kuşadası’na gelen yabancı turistlerin bir kısmı turlarla Şirince köyüne gelmektedir (Soykan, 2004: 95).

İzmir: Şirince köyüne 83 km uzaklıkta ve Ege Bölgesi’nin metropolü durumundadır (Soykan, 2004: 95). İzmir, Türkiye’nin üçüncü büyük kentidir. Ege Bölgesi’nin sahip olduğu girintili ve çıkıntılı kıyı bandı dolayısıyla sayısız güzellikte koy ve plaj bulunmaktadır. Gümüldür, Özdere, Foça, Karaburun, Çeşme sahil ve plajları İzmir için büyük bir turistik önem taşır. Aynı doğal yapı, birçok balıkçı barınağının veya yat marinalarının oluşmasını sağlamıştır. Bu özellikleriyle İzmir doğal bir turizm ve liman kentidir (izmirkulturturizm, 2009). Ulaşım sektörünün çeşitliliği ve gelişmiş olması (havalimanı, karayolu, demiryolu) kente turizm açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır. İzmir’e çeşitli amaçla (deniz turizmi, inanç turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi vb.) gelen turistler, seyahat acenteleri tarafından düzenlenen turlarla veya bireysel olarak, kentiçi tarihi ve kültürel yerleri, yakın çevredeki tarihi-turistik mekanları ziyaret etmektedirler. Şirince’de, düzenlenen turlarda gezilen yerlerin birisidir. Bu bağlamda, Şirince’de kırsal turizmin varlık nedeninde tarihsel konutlar ve özgün yerleşme dokusu belirleyici olurken, turizmin gelişmesinde ise İzmir gibi büyük bir kent merkezinin yakınlığı önemli rol oynamıştır (Soykan, 2004: 95).

2.3.5.3.3.4. Kültürel Turistik Değerler

2.3.5.3.3.4.1. Festival, Şenlik ve Ayinler: Şirince’de ve yakın çevresinde yapılan festival, şenlikler yöreye çok sayıda yerli ve yabancı turist çekmektedir. Şirince’de “Şirince Bağ Bozumu Şenlikleri”, Selçuk’ta Deve Güreşleri, Sanat, Kültür ve Turizm Festivali ve Kurtuluş Şenlikleri yapılmaktadır. Şirince’de ve Selçuk’ta yapılan ulusal ve uluslararası festival ve şenliklere katılan yerli ve yabancı turistler Şirince’yi gezme imkanı bulmaktadırlar.

Şirince’de yapılan “Şirince Bağbozumu Şenlikleri” organize olmuş tek ama önemli bir etkinliktir. Her sene Ekim ayında yapılan bu şenlik, bir gün sürmekte ve büyük bir kitleyi köye çekmektedir. Yapılan şenliklerde davul-zurna eşliğinde lokma dökümü, üzüm çiğneme, en iyi üzüm ve şarap yarışması, konser, halk oyunları düzenlenmekte, çeşitli ödüller ve hediyeler dağıtılmaktadır (Soykan, 2004: 80).

Dünyanın hiç bir ülkesinde yapılmayan ‘Deve Güreşleri Festivali’ Selçuk’ta Ocak ayının üçüncü hafta sonunda (pazar günü) düzenlenmektedir. Festival bir günlüktür. Bir gün

öncesinde kortej geçişi, tanıtım ve daha öncesinden eğlenceler yapılmaktadır. Pazar günü güreşler sabah saat 10'da başlamakta ve aynı gün içerisinde bitmektedir (selcuk, 2009).

Selçuk İlçesinin düşman işgalinden kurtulduğu 8 Eylül tarihinde “Selçuk Kurtuluş Şenlikleri” düzenlenmektedir. Yerli ve yabancı sanatçıların verdiği konserler, folklor gösterileri, konferanslar, sergiler gibi çeşitli etkinlikler hafta boyunca sürmektedir.

1962 yılından beri Selçuk'ta her yıl Mayıs ayının ilk haftasında uluslararası düzeyde “Selçuk-Efes Kültür, Sanat ve Turizm Festivali” düzenlenmektedir. Festivalin daha önceki yıllarda taşıdığı folklorik ve turistik özellikler göz önüne alınarak 1977 yılından itibaren halk el sanatlarının bilimsel ve turistik açıdan geliştirilmesi ve değerlendirilmesi festival programı içine alınmıştır.

Meryemana Evi'nde her yıl 15 Ağustos'ta ayin törenleri düzenlenmektedir. Bu ayinlerle Hristiyanlar, hac görevlerini yerine getirmektedirler. Ayin sabah saat 10'da başlamaktadır. Ayrıca 431. Konsül toplantısının Efes'teki Meryem Kilisesi'nde yapılmasından ötürü, burada her yıl Ekim ayının ikinci pazarı ayin düzenlenmektedir. Bu ayin de sabah saat 10'da başlamaktadır (selcuk, 2009).

2.3.5.3.3.4.2. Şirince'de Gelenekler ve Yöre Halkını Kırsal Turizme

Bakış Açısı: Şirince'nin geçmiş yaşantısına bakıldığında; yerel halkın ceviz, badem, elma, armut, kiraz ağaçlarıyla ve sebze bahçeleriyle çevrili yazlık evleri vardır. Evlerin bahçeleri çiçeklerle çevrilidir. Buğday, incir ve zeytinyağı yöre halkının gelir kaynağıdır. Yaz gelince yöre halkı kırdaki evlere, aşağıdaki ovadaki damlara göçüp sonbaharla birlikte köye geri dönmektedirler. Sonbahar, aynı zamanda evliliklerin ve düğünlerin mevsimidir. Kirazların olduğu mevsimde “Aya Triada” yortusu kutlamaktadırlar. Bu kutlamada; köyün gençleri bellerindeki kuşaklara yatağanları sokarak mavi çuha giysileriyle ortada dolanırlar, kadınlar ise başlarında fındık altın dizileriyle erkeklerin atlarının terkisinde gezerler. Kırılarda santur, kemençe çalınır. Büyük Perhiz'in ilk gününü, herkese kırlara çıkarak orada kestane közleyip rakı içerek kutlarlar. Evliler birbirlerine nasıl tanışıp evlendiklerini anlatırlar. Evli olmayanlar bu meclise alınmazlar. Evlenmeye karar verenlerin mutlaka ev yapmaları gerekir. Evlenecek aday, temelleri kazarken komşular katılarak yardımcı olurlar. Köyde, Ekim ayından Şubat ayına kadar zeytinle uğraşılır, Şubat-Mart aylarında yoz otlar ayıklanır, Nisandan Temmuz kadar tütün işleriyle uğraşılır, Temmuz ayından sonra sonbaharla incir ve üzümle uğraşılır (Tül, 2008: 39-41).

Günümüzde ise Şirince köyü halkının genci ve yaşlısı, kadını ve erkeği turizmde aktiftir. Doğrudan çiftlikle uğraşanlar dahi tarımsal ürünlerinin bir kısmı köyde turistlere satılmakta, zeytinden zeytinyağı, üzümünden şarap ve diğer ev ekonomisi ürünleri üretilmektedir. Dikili alan ve ağaç sayısı bakımından en fazla üretilen tarımsal ürün zeytindir. İncir ve üzüm köyün geleneksel tarımsal ürünleridir. Şirince’de tarımsal üretimin yanında şarap ve zeytinyağı imalatı da vardır. Şirince’de şarapçılık ev yapımı şaraplarla başlamış, bugün çok azalmış, ama marka haline gelmiş 4 patentli şarap imalatı ve 12 şarap evi bulunmaktadır. Şirince köyünün bu özelliği, Rumlardan kalma olup, uzun yıllardan beri devam etmektedir. Şaraplar restoranlarda, şarap evlerinde ve köyün çarşısında turistlere sunulmaktadır. Diğer bir ürün olan zeytinyağı, köylülerce perakende olarak satılmaktadır. Köyde bir adet zeytinyağı fabrikası bulunmaktadır. Ayrıca, pekmez, salça, erişte, tarhana, salamura bal yaprağı, zeytin, kuru incir, ceviz, kestane, şifalı otlar, dekoratif kuru otlar, sabun, el işi örgüler satılmaktadır. Köy kadınlarının yaptıkları el işleri her zaman beğeni topladığı için, özellikle tığ ve şiş örgüleri büyük rağbet görmektedir. Şirince’de hayvancılık faaliyetleri yok denecek kadar azalmıştır. Şirince köyü halkı, yabancıya açık ve turisti seven insanlardan oluşmakta, yerli ve yabancı turistleri konuk etme eğilimi çok yüksektir. Köye gelen turistlere oldukça ilgili davranmaktadırlar (Soykan, 2004: 75-81).

2.3.5.3.3.5. Köydeki Hizmet Birimleri: Köyde konaklama hizmeti veren toplam 8 konaklama ünitesi bulunmaktadır. Bu konaklama birimleri evlerin pansiyona dönüştürülmesiyle oluşmuştur. Köydeki toplam konaklama kapasitesi 220 yataktır. Yöredeki pansiyonlar aile işletmesi olarak hizmet vermektedirler (Soykan, 2004: 73). Yörede yer alan konaklama birimleri pansiyon olduğu belirtilse de butik otel oldukları söylenebilir. Örneğin; kırkınca konakları oteli defne oda, zakkum oda, lale oda, gül oda şeklinde farklı farklı dizayn edilmiştir. Seyahat acentelerinin vermiş oldukları reklamlarda da butik otel olarak geçmektedir (butikotellerrehberi, 2009). Yine Nisanyan Evleri konağı da köy hayatı, köşk, cennet bahçesi olmak üzere odalarını farklı gruplara ayırmış ve farklı şekilde dizayn etmişlerdir (nisanyan, 2009). İşletmelerin büyük çoğunluğunda odalarda tuvalet, banyo, klima, merkezi klima sistemi, saç kurutma cihazı, televizyon hizmetleri bulunmaktadır. Bazı işletmelerdeki odalarda şömine, jakuzi, kablosuz internet ve türk hamamı hizmeti sunulmaktadır. Bazı işletmeler ise televizyon bulundurmamaktadırlar (nisanyan, 2009). Yörede yer alan işletmeler oda kahvaltı çalışmaktadır. Çoğu işletme yemek için kendi bünyesinde çalışan restoran dışında yine kendilerine ait olan ve konaklama yapmayan restoranlara da hizmet veren restoranları kullanmaktadırlar.

Köyde bunun yanında kadınların el işleri ve yerel ekonomi ürünlerini sergiledikleri 50 adet tezgah, 3 adet restoran+gözleme evi, 7 adet gözleme evi, 1 adet pide salonu, 1 adet fırın, 2 adet kafe, 12 adet şarap evi, 7 adet hediyelik eşya satış yeri, 2 adet bakkal, 2 adet berber, 2 adet kasap, 1 adet kahvehane, muhtarlık, 1 adet cami, 1 adet sağlık ocağı ve 1 adet Jandarma karakolu bulunmaktadır (Soykan, 2004: 75).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ŞİRİNCE'NİN KIRSAL TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ VE ŞİRİNCE'DEKİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN İŞGÖREN PROFİLİ

3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ, AMACI VE YÖNTEMİ

3.1.1. Araştırmanın Önemi

Bir yörenin turistik bir merkez olabilmesi için turizme uygunluk düzeyinin araştırılması ve turistik arz potansiyelinin doğru bir şekilde tespit edilmesi gerekir. Eğer sunulan turistik ürün rakiplerinkinden farklı ve çeşitli değilse, turistlerin o ürün hakkındaki karar verme süreçleri iyice azalır (Tosun, Bilim ve Temizkan, 2002: 3). Rakip ülkelerden farklı bir çekim yeri yaratmanın yanında yörenin kapsamlı bir turizm planının yapılması, yörenin ve halkın öncelik ve gereksinimlerinin belirlenmesi, yörenin çevre bakımından kapasite sınırlarının (insan ve fiziki çevre olarak) dikkate alınması gerekir (Gökçe, 2006: 7). Türkiye ve Dünya’da birçok ülkenin kıyı turizmi ve bilinen klasik turizm çeşitleri üzerinde yoğunlaşması nedeniyle doğal çevre büyük zarar görmüştür (Tosun, Bilim ve Temizkan, 2002: 3). Bu bağlamda, bir yörenin turistik potansiyelinin belirlenirken yörenin turizme uygunluk düzeyinin mutlaka araştırılması ve turistik arz potansiyelinin doğru bir şekilde tespit edilmesi gerekir.

Kırsal turizm, hem kırsal yerleşimler hem de doğal kaynaklara dayalı bir turizm türü olduğundan doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilir turizm açısından önemli katkılarda bulunmakta ayrıca yerel bölgenin ekonomik olarak gelişmesine ve orda yaşayan insanlar açısından istihdam olanağı yaratmaktadır (Macdonald ve Jolliffe, 2003: 307). Diğer yandan, kırsal turizmin diğer turizm türleriyle entegre olabilme gücü sayesinde diğer turizm türlerine dinamizm verir, turizm sezonunu uzatır, değişik ve bilinçli turist gruplarından talep yaratarak pazarımızın gelişmesine katkıda bulunur (Soykan, 1999: 67). Şirince köyü yakın çevresinde turistik anlamda destek verebilecek üç önemli kentsel yerleşme vardır. Bunlar; Selçuk, Kuşadası ve İzmir’dir. Kuşadası limanının varlığı özellikle kurvaziye ve yat turizmini geliştirmekte bölgeye turistik talep artışının önemli katkılar sağlamaktadır. Bunun yanında Şirince’nin coğrafi konum bakımından potansiyeli çok yüksek ve turizmde dünyada adını duyurmuş Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, St. Jean, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakınlığı Şirince’deki turizmi doğrudan etki etmektedir. Şirince’nin sahip

olduğu bu çekicilikleri haricinde özgün mimarideki geleneksel konutları, gelenekleri korumuş yaşam kültürü, tarihi ve kültürel çekicilikleri ile kırsal turizm köyüdür. Şirince'nin sahip olduğu bu kırsal turizm potansiyelinin korunması ve geliştirilmesi ve geleceğe taşınması bölge ve ülke turizmi açısından büyük öneme sahiptir. Bu çalışma da, Şirince'nin mevcut turizm potansiyelinin belirlenerek köyün kırsal turizm açısından geleceğine ışık tutmak üzere yörenin sahip olduğu zayıf ve güçlü yönlerin farkına varılmasını sağlayarak bunların değerlendirilmesi, fırsat ve tehdit unsurlarını avantaja çevrilebilmesi için yapılması gerekenlere yönelik olarak öneriler getirilmiştir. Yapılan bu araştırmanın Şirince'de turizmin gelişmesinde yapılacak plan ve projelerde önemli bir kaynak olacağı düşünülmektedir.

Diğer alternatif turizm türlerinde olduğu gibi kırsal turizmde de konaklama işletmeciliği üzerinde durulması gereken önemli konudur. Şirince, önemli konaklama potansiyeli olmasına karşın genellikle yörenin gününbirlik ziyaret edilmesinden dolayı konaklama açısından çok fazla rağbet görmemektedir. Kırsal turizm alanlarında konaklamaların gelişmesi açısından kırsal turizm işletmeciliği konularında çalışmalara ağırlıklık verilmelidir. Bu çalışmada, Şirince'nin mevcut konaklama arz potansiyeli ve işgören profili hakkında bilgi verilmeye çalışılmıştır. Yapılan bu araştırmanın kırsal turizm işletmeciliği konusunda yapılacak araştırmalara kaynaklık edeceği düşünülmektedir.

3.1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı; Ege bölgesinin kırsal turizm açısından özgün örneği olarak değerlendirilen Şirince Köyünün kırsal turizmin sürdürülebilirliği kapsamında analiz edilerek yörede turizmin gelişmesi için stratejiler geliştirmek ve kırsal turizm işletmeciliği açısından işgören profilinin tespit edilmesidir. Bu temel amaç kapsamında diğer alt amaçlar şunlardır;

- Şirince'nin mevcut arz ve talep potansiyelinin tespit edilmesi,
- Şirince'nin kırsal turizm açısından güçlü yönlerinin, zayıf yönlerinin, sahip olduğu fırsatların ve mevcut ve potansiyel tehdit ve tehlikelerin tespit edilmesi,
- Şirince'nin konaklama işletmeleri açısından mevcut durumunun tespit edilmesi hedeflenmiştir.

3.1.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma temel olarak birincil ve ikincil veri kaynaklarından elde edilecek veriler üzerinde yürütülmüştür. Araştırmanın ikincil verilere dayalı olan kısmında turistik ürün çeşitlendirme, kırsal turizm ve kırsal turizm işletmeciliği ile ilgili konuyla ilgili yerli ve

yabancı kitap, makale, tez, bildiri ve internet ortamından yararlanılarak literatür taraması yapılmıştır. Çalışmanın ilk iki bölümünde ve Şirince'nin mevcut turizm arz potansiyelinin belirlenmesinde elde edilen ikincil verilerle incelenerek teze dahil edilmiştir. Araştırmanın birincil verilere dayalı olan kısmında iki farklı yöntem kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemleri, geçerli oransal değerlere ulaşmak amacıyla "anket" veri toplama tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri ise, alan araştırmasında nicel yöntemlerden elde edilmeyen verilere ulaşmak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme veri toplama tekniklerinden faydalanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, Görüşmenin ana çizgileriyle belirlendiği, ancak soruların kesin sıralamasının yapılmayarak, görüşme anında sunulan yeni bilgilere ait soru üretme esnekliğine sahip olduğu, duruma göre bazı soruların atlanabileceği, konuşmanın gidişatına göre soru sıralamasının değişebileceği, ilave soruların o anda oluşturulabileceği görüşme türüdür (Yüksel ve Yüksel, 2004: 56). Bu yöntemle, katılımcılardan gelebilecek farklı yanıtların ayrıntılandırılmasını sağlayarak konu hakkında daha ayrıntılı bilgi elde edilmesi hedeflenmiştir.

Şirince Köyünün kırsal turizm kapsamında analiz edilerek yerin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi, varsa güçlü yönlerinin alternatif turizm imkanları açısından bu olanakların tespit edilerek bu yönlere uygun stratejilerin geliştirilmesi, zayıf yönleri açısından tehdit edici unsurlar varsa bu hataların düzeltilmesine yönelik stratejilerin geliştirilmesi ve bu yöreye yönelik fırsatların ortaya konulması kapsamında SWOT Matrisini oluşturabilmek için kamu ve özel kuruluşlara, yerel halka ve yerli ve yabancı ziyaretçilere uygulanmak üzere 4 farklı anket uygulanması gerektiği düşünülmüştür. SWOT Analizi, işletmenin veya yörenin bir bütün olarak mevcut durumunun ve tecrübesinin incelenmesi, üstün ve zayıf yönlerinin tanımlanması ve bunların çevre şartlarıyla uyumlu hale getirilmesi sürecidir (Dinçer, 1998: 204). SWOT analizi sayesinde yörenin veya bölgenin turizm potansiyelini içsel (güçlü ve zayıf yönleri) ve dışsal (fırsatlar ve tehditler) faktörleri ortaya çıkarılabilir. Bu sayede bölge ve yöre için hedeflere uygun stratejilerin seçilmesi mümkün olur (Güngör ve Arslan, 2004: 69). İçsel faktörler, genellikle kontrolümüz altında olan yörenin kaynak ve değerlerinin incelenerek güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesiyle ilgilidir. Turistik yörenin sahip olduğu güçlü yanlar, hedeflerini gerçekleştirebilmek için bölgede bulunan ve yeterli olan tüm kaynaklardır. Zayıf yönler ise; belirlenen hedeflerin gerçekleşmesine engel olabilecek tüm faktörlerdir. Dışsal faktörler ise, genellikle kontrolümüz dışında olan, çevre etkenlerinin belirlenerek fırsat ve tehditlerin saptanmasıyla ilgilidir. Dış etkenler; politik, ekonomik, sosyo-kültürel ve teknolojik olabilmektedir. Fırsatlar yöreyi geliştirebilecek, bulunduğu

konumdan daha ileriye götürebilecek, ona yarar sağlayabilecek olumlu çevre göstergeleridir. Tehditleri ise çevrede oluşan ve yörenin varlığını sona erdirebilecek veya gelişimini durdurabilecek olumsuz çevre göstergeleridir (Gökçe, 2006: 11-19).

Şirince'nin kırsal turizm potansiyelinin daha anlaşılır, geçerli ve güvenilir olması için hazırlanan bu anketlerin dışında kamu ve özel kuruluşlar için hazırlanan anket uygulamasında sorulan iki açık uçlu sorularda Şirince'nin güçlü ve zayıf yönlerine, fırsat ve tehdit unsurlarına görüş belirtmeleri istenmiştir. Bunun yanında, kırsal turizm işletmeciliğiyle ilgili olarak yörenin işgören profilini belirlemek üzere bir anket hazırlanmış ve yöneticilerle görüşülerek işgörenler hakkındaki düşünceleri alınmıştır.

Araştırmaya katılan kamu ve özel kuruluşlara, yerel halka ve yerli ve yabancı ziyaretçilerin ve işgörenlerin vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler doğrultusunda sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular yorumlanarak SWOT Matrisi oluşturulmuştur.

3.1.3.1. Veri Toplama Tekniği: Şirince Köyünün kırsal turizm kapsamında analiz edilerek yerin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi, varsa güçlü yönlerinin alternatif turizm imkanları açısından bu olanakların tespit edilerek bu yönle uygun stratejilerin geliştirilmesi, zayıf yönleri açısından tehdit edici unsurlar varsa bu hataların düzeltilmesine yönelik stratejilerin geliştirilmesi ve bu yöreye yönelik fırsatların ortaya konulması kapsamında SWOT Matrisini oluşturabilmek için kamu ve özel kuruluşlara, yerel halka ve yerli ve yabancı ziyaretçilere uygulanmak üzere 4 farklı anket ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bunun yanında, kırsal turizm işletmeciliğiyle ilgili olarak yörenin işgören profilini belirlemek üzere bir anket hazırlanmış ve yöneticilerle görüşülerek işgörenler hakkındaki düşünceleri alınmıştır.

3.1.3.1.1. Anketin Geliştirilmesi: SWOT Matrisini oluşturabilmek için kamu ve özel kuruluşlara, yerel halka ve yerli ve yabancı ziyaretçilere uygulanmak üzere 4 farklı anket uygulanması gerektiği düşünülmüştür. Anket formları hazırlanırken konu ile ilgili yapılmış daha önceki araştırmalardan, Şirince'yle ilgili elde edilen ikincil verilerden, yöre gezilerinden elde edilen verilere göre anket Şirince'ye uyarlanmış, bazı ifadeler çıkartılmış ve Şirince'yle ilgili elde edilen bilgilerden faydalanılarak yeni ifadeler eklenmiştir. Anket formu

hazırlandıktan sonra farklı akademisyenlerle alınan eleştiriler değerlendirilerek anket formu düzenlenmiştir.

3.1.3.1.1.1. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Anketin Geliştirilmesi:

Kamu ve özel kuruluşlara uygulanan anket hazırlanırken; Gökçe'nin (2006) yılında gerçekleştirdiği “Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde SWOT (Fütz) Analizi Tekniği: Giresun Örneği” adlı araştırmadaki ölçek örnek alınmıştır. Diğer yandan, Şirince'yle ilgili elde edilen ikincil verilerden, yöre gezilerinden elde edilen verilere göre anket Şirince'ye uyarlanmış, bazı ifadeler çıkartılmış ve Şirince'yle ilgili elde edilen bilgilerden faydalanılarak yeni ifadeler eklenmiştir. Ortaya çıkan anket formu, içeriği itibariyle iki bölüme ayrılmıştır. Birinci bölüm konunun özünü oluşturan “yöre turizminin güçlü, zayıf yönleri ile gelecek için fırsat ve tehditlerinin tespitine” yöneliktir. İkinci bölüm, ankete katılanlara ait genel bilgiler ve demografik faktörleri (yaş, eğitim, cinsiyet, medeni durum v.b.) değerlendirmeye yönelik soruları içermektedir.

Anket uygulamasında farklı soru ve önerme şekilleri de kullanılmıştır. Bunlar; açık uçlu, çoktan seçmeli ve likert ölçekli soru şekillerinden oluşmaktadır. Anketi cevaplayanların demografik yapıya yönelik sorularda açık uçlu ve çoktan seçmeli sorulardan oluşmuştur. Ankete demografik yapıya yönelik olarak 2 açık uçlu ve 4 çoktan seçmeli olmak üzere 6 soru sorulmuştur. Anketin temel bölümünü oluşturan yöre turizminin güçlü, zayıf yönleri ile gelecek için fırsat ve tehditlerinin tespitine yönelik sorularda ise “beşli likert ölçeğine” uygun olarak hazırlanmıştır. Bu nedenle anket sorularında olumlu ve olumsuz önermeler yapılmış ve 1 ile 5 arasında bir puan vererek cevaplamaları istenmiştir. Bu beşli likert modelinde puanlar sırayla; (1) tamamen katılıyorum, (2) katılıyorum, (3) kararsızım, (4) katılmıyorum, (5) hiç katılmıyorum'u temsil etmektedir. Ankette yöre turizminin güçlü, zayıf yönleri ile gelecek için fırsat ve tehditlerinin tespitine yönelik olarak 54 derecelendirmeli ve 2 açık uçlu sorulmuştur. Açık uçlu sorulmasının nedeni, ankete katılanların yörenin güçlü ve zayıf yönlerinin, fırsatta ve tehdit unsurlarının ankette eksik kalan yönlerini tamamlamaları, hem de yöreye ilişkin değerlendirmeleri, bu eksiklerin giderilmesine yönelik neler yapılabileceğine ilişkin öneriler alınması hedeflenmiştir.

3.1.3.1.1.2. Yöre Halkına Yönelik Anketin Geliştirilmesi:

Yerel halka yönelik anket hazırlanırken; Kiper'in (2006) yılında geliştirdiği “Safranbolu Yörükköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi” adlı araştırmadaki ölçek

örnek alınmıştır. Diğer yandan, Şirince’yle ilgili elde edilen ikinci verilerden, yöreye yapılan gezilerinden elde edilen verilere göre anket Şirince’ye uyarlanmış, bazı ifadeler çıkartılmış ve Şirince’yle ilgili elde edilen bilgilerden faydalanılarak yeni ifadeler eklenmiştir.

Yöre halkına yönelik yapılan anket çalışmalarında; yerel halkın profilinin (yaş, cinsiyet, eğitim özellikleri vb.) belirlenmesi, yerel halkın kırsal turizm hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi, kırsal turizmden beklentilerinin ve kırsal turizme katkılarının ortaya konulması hedeflenmiştir. Ortaya çıkan anket formu, içeriği itibarıyla iki bölüme ayrılmıştır. Birinci bölüm ankete katılanlara ait genel bilgiler ve demografik faktörleri (yaş, eğitim, cinsiyet, medeni durum v.b.) değerlendirmeye yönelik soruları içermektedir. İkinci bölümde, yerel halkın kırsal turizm hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi, kırsal turizmden beklentilerinin ve kırsal turizme katkılarının ortaya konulmasına yöneliktir.

Anket uygulamasında çoktan seçmeli önerme şekli kullanılmıştır. Ankette 4 demografik ve yerel halkın kırsal turizm hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi, kırsal turizmden beklentilerinin ve kırsal turizme katkılarının ortaya konulması yönelik 9 soru sorulmuştur ve her soruya diğer seçeneği eklenerek ankette eksik kalabilecek yönlerin giderilmesi hedeflenmiştir.

3.1.3.1.1.3. Yerli ve Yabancı Ziyaretçilere Yönelik Anketin

Geliştirilmesi: Ziyaretçilere yönelik anket hazırlanırken; Kiper (2006) yılında geliştirdiği “Safranbolu Yörüköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi” adlı araştırmadaki ölçek örnek alınmıştır. Diğer yandan, Şirince’yle ilgili elde edilen ikincil verilerden, yöreye yapılan gezilerinden elde edilen verilere göre anket Şirince’ye uyarlanmış, bazı ifadeler çıkartılmış ve Şirince’yle ilgili elde edilen bilgilerden faydalanılarak yeni ifadeler eklenmiştir.

Ziyaretçilere yönelik yapılan anket çalışmalarında; yerli ve yabancı ziyaretçileri profilinin (yaş, cinsiyet, eğitim özellikleri vb.) belirlenmesi, yöreyle ilgili deneyimlerini, yöreye olan bağlılıklarını ve yöreyi seçerken motive eden etmenleri ve Şirince’deki turizm hakkındaki düşüncelerinin, güçlü ve olumsuz buldukları yönlerin, ne gibi fırsatlar ve tehdit unsurlarına sahip olunduğunun ve yörede turizmin gelişmesi için neler yapılabileceğine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir. Ziyaretçilerin yöreyi tercih etmeleri motive eden etmenleri içeren 9 seçenekten oluşan “Investigating Seeking and Escaping Aspects of

Tourists' Motivations and Specific Barriers of Travel: A Study of Two National Park Sites” başlıklı Kara Lea Wolfe tarafından yapılan araştırmadan alınan bir ölçek yer almaktadır. Ortaya çıkan anket formu, içeriği itibarıyla üç bölüme ayrılmıştır. Birinci bölüm ankete katılanlara ait genel bilgiler ve demografik faktörleri (yaş, eğitim, cinsiyet, medeni durum v.b.) değerlendirmeye yönelik soruları içermektedir. İkinci bölümde, ziyaretçilerin yöreye ilişkin deneyimleri, yöreye olan bağlılıkları ve yöreyi tercih etmelerinde motive eden etmenleri değerlendirmeye yönelik soruları içermektedir. Üçüncü bölümde ise Şirince’deki turizm hakkındaki düşüncelerinin, güçlü ve olumsuz buldukları yönlerin, ne gibi fırsatlar ve tehdit unsurlarına sahip olduğunun ve yörede turizmin gelişmesi için neler yapılabileceğine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir.

Anket uygulamasında farklı soru ve önerme şekilleri de kullanılmıştır. Bunlar; açık uçlu, çoktan seçmeli ve likert ölçekli soru şekillerinden oluşmaktadır. Anketi cevaplayanların demografik yapıya yönelik sorularda 1 açık uçlu ve 4 çoktan seçmeli sorulardan oluşmuştur. Anketi yöreye ilgili deneyimlerine ilişkin olarak 4 çoktan seçmeli, yöreye bağlılıklarına ilişkin 3 likert ölçekli ve motive eden etmenlere yönelik 9 likert ölçekli soru sorulmuştur. Anketin son bölümünde ise Şirince’deki turizm hakkındaki düşüncelerinin, güçlü ve olumsuz buldukları yönlerin, ne gibi fırsatlar ve tehdit unsurlarına sahip olduğunun ve yörede turizmin gelişmesi için neler yapılabileceğine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi konusuna ilişkin 5 çoktan seçmeli soru sorulmuş ve her soruya diğer seçeneği eklenerek ankette eksik kalabilecek yönlerin giderilmesi hedeflenmiştir. Yerli ziyaretçiler için hazırlanan anket İngilizce’ye çevrilerek yabancı ziyaretçilere uygulanmıştır. Yabancı ziyaretçilere yönelik ankette sadece demografik sorulara uyruk sorusu eklenmiştir.

3.1.3.1.1.4. İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Anketin Geliştirilmesi:

İşgören profilini belirlemeye yönelik anket hazırlanırken; Dalkıranoglu (2002) yılında geliştirdiği “Afyon İlindeki Termal Otel İşletmelerinde İşgören Profili” adlı araştırmadaki ölçek örnek alınmıştır. Anket hazırlanmadan önce yöredeki pansiyon ve otel işletmelerindeki yöneticilerin işgörenler hakkındaki görüşleri alınmış ve anket bu görüşler doğrultusunda bazı sorular çıkartılarak son halini almıştır.

Ankette işgörenlerin profilini belirlemeye yönelik 14 adet soru sorulmuştur. İşgörenlerin yaş düzeyi, eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum, yabancı dil bilgisi, işyerinde çalışma süreleri, turizmde çalışma süreleri, turizm eğitim durumu, işe başvuru yöntemi, çalışana

yönelik eğitim, ödüllendirme faaliyetleri, işgören verimliliği, terfi olanakları, işle ilgili kararlara katılım, güvenlik gereksinimlerinin karşılanması, işletmeye bağlılık durumlarını belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur.

3.1.3.1.2. Mülakat: Şirince Köyünün kırsal turizm kapsamında analiz edilerek yerin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi, varsa güçlü yönlerinin alternatif turizm imkanları açısından bu olanakların tespit edilerek, bu yönlere uygun stratejilerin geliştirilmesi, zayıf yönleri açısından tehdit edici unsurlar varsa bu hataların düzeltilmesine yönelik olarak özel ve kamu kuruluşlarına yüz-yüze anket uygulaması gerçekleştirilirken konu ile ilgili katılanların görüşleri alınmıştır. Görüşmeye katılan kişiler, ankete katılan İlçe Kaymakamı, İlçe Belediye Başkanı, İlçe Turizm Bürosu çalışanları, İlçe Tarım Kredi Kooperatifi, İlçe Ticaret Odası, Selçuk ve Kuşadası seyahat acentaları, Efes Arkeoloji Müzesi, yörede yer alan pansiyon, restoran ve gözleme evleri, şarap evleri, muhtarlık, hediyelik eşya ve dükkan sahiplerinden oluşmaktadır. Görüşme, anketi uygulama aşamasında Şirince'nin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerinin neler olduğu ile ilgili katılanların görüşlerinin alınmasıyla gerçekleşmiştir. Görüşmeye katılacak örneklem hacmi belirlenirken "tam varsayım yöntemi" ile ankete katılan 80 kişi örneklem dahil edilmiştir. Görüşme, anketin uygulama zamanı olan 2008 yılı Mayıs-Ekim ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

İşgörenlerin profilinin belirlemesiyle ilgili olarak anketin oluşturulması yanında yöneticilerin, işgörenlerin cinsiyet, medeni durumları, yabancı dil bilgileri, işyerinde çalışma süreleri, turizmde çalışma süreleri, turizm eğitim durumları, işe başvuru yöntemleri, çalışana yönelik eğitim faaliyetleri, ödüllendirme faaliyetleri, işgören verimliliği, terfi olanakları, işle ilgili kararlara katılımları, güvenlik gereksinimlerinin karşılanması, işletmeye bağlılık durumları gibi konularda görüşleri alınmıştır. Görüşmeye konu olan örneklem hacminin yönetilebilir büyüklükte olmasından dolayı örneklem seçiminde "tam varsayım yöntemi" kullanılmış ve yörede faaliyet gösteren toplam 8 konaklama işletmesinden 8 işletme sahibiyle veya yöneticisiyle görüşülmüştür. Görüşme zamanı olarak 2008 yılı Eylül-Ekim ayları tercih edilmiştir.

3.1.3.2. Araştırmanın Örneklemi, Zaman ve Sınırlılıkları

3.1.3.2.1. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Anket: Araştırmada, Şirince'nin turizm planlaması ve gelişimi konusunda, söz sahibi olan kamu kurum ve kuruluşlarının yöneticileri (İlçe Kaymakamı, İlçe Belediye Başkanı, İlçe Turizm Bürosu çalışanları, İlçe

Tarım Kredi Kooperatifi, İlçe Ticaret Odası, Köy Muhtarlığı, Efes Arkeoloji Müzesi) ve yörede turizm alanında hizmet veren özel sektör yöneticileri (Selçuk ve Kuşadası seyahat acentaları, yörede yer alan pansiyon, restoran ve gözleme evleri, şarap evleri, hediyelik eşya ve dükkan sahipleri) örneklem olarak kabul edilmiştir. Söz konusu araştırma evreninin yönetilebilir büyüklükte olmasından dolayı örneklem belirlenmesinde “tam varsayım yöntemi” kullanılarak araştırma evreninin tamamı örneklem hacmi olarak kabul edilmiştir. Örneklem sayısı olarak, 80 kişi kabul edilmiştir. Anketlerin yüz-yüze doldurulması dolayısıyla görüşme için ayrı örneklem seçilmemiş anket doldurulması esnasında konu ile ilgili görüşler alınmıştır. Yörede turizm faaliyetlerinin arttığı 2008 yılı Mayıs-Ekim ayları anket uygulama zamanı olarak seçilmiş bu sayede katılımın yüksek olacağı ve alan araştırmasından elde edilecek verilerin daha doğru ve gerçekçi olacağı düşünülmüştür. Araştırmanın yaz aylarında yapılması gerekliliği nedeniyle katılımcıların yoğun çalışma temposu içerisinde olmaları araştırmanın zaman açısından uzamasına yol açmıştır.

3.1.3.2.2. Yöre Halkına Yönelik Anket: Örneklem belirlenirken yörenin yaklaşık nüfusu olarak belirtilen 534 kişiden %15 “basit tesadüfi örneklem yöntemi” ile sistematik olarak seçilen 80 kişiye anket soruları yöneltilmiştir. Anket uygulama zamanı olarak 2008 yılı Mayıs-Ekim ayları arası tercih edilmiştir. Araştırmanın yaz aylarına denk gelmesinden dolayı yöre halkının da turizm de aktif rol almaları nedeniyle araştırma zaman açısından uzamasına yol açmıştır.

3.1.3.2.3. Yerli ve Yabancı Ziyaretçilere Yönelik Anket: Yöreyi ziyaret eden kişilerin sayısına ilişkin bilgiler istatistiksel olarak kayıtlara geçmediği için anketi oluşturacak örneklem hacmi tamamen tesadüfi bir şekilde belirlenmiştir. Ankete gönüllü olarak katılmayı kabul eden yerli 138 kişi ve yabancı 116 kişi olmak üzere toplam 254 kişiyle uygulanmıştır. Anket uygulama zamanı olarak 2008 yılı Mayıs-Ekim ayları arası tercih edilmiştir. Yerli ve yabancı ziyaretçilerle ilgili istatistiki veriler tutulmadığından örneklem seçimi mümkün olmamıştır. Ziyaretçilerin çoğunluğunun turlarla gelmesi dolayısıyla anketin uygulanması zorlaşmıştır.

3.1.3.2.4. İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Anket: Araştırmaya konu olan örneklem hacminin yönetilebilir büyüklükte olmasından dolayı örneklem seçiminde “tam varsayım yöntemi” kullanılmış ve yörede faaliyet gösteren toplam 8 işletmeden 34 işgörene anket uygulaması yapılmış ve yöneticilerle görüşülerek işgörenler hakkındaki düşünceleri alınmıştır. Anket uygulama zamanı olarak 2008 yılı Mayıs-Ekim ayları arası tercih edilmiştir.

Kırsal turizm işletmeciliğiyle ilgili kaynak bulunmadığından anket hazırlanmasında zorlanılmıştır. Diğer yandan, yörede faaliyet gösteren işletmelerin azlığı nedeniyle örneklem sayısı sınırlı kalmıştır.

3.2. BULGULAR VE YORUMLAR

3.2.1. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Anket Sonuçları

Kamu kuruluşları ve özel işletmeleriyle ilgili yapılan anketin analizleri sonucunda ortaya çıkan bulgular, “ankete katılanlara ait genel bilgiler ve demografik faktörler” (yaş, eğitim, cinsiyet, medeni durum vb.) ve “yöre turizminin güçlü, zayıf yönleri ile gelecek için fırsat ve tehditler” olmak üzere iki bölüme ayrılmıştır.

3.2.1.1. Demografik Faktörler

Ankete katılanların %22,5’i kamu kurum veya kuruluşlarında, %77,5’i ise turizm alanında faaliyet gösteren özel işletmelerde görev yapmaktadır. Yörede ve bağlı bulunduğu ilçe merkezinde az sayıda kamu kuruluşu olduğundan kamu kuruluşlarından katılımcı oranı daha azdır.

Tablo.3.1. Kamu ve Özel Kuruluşlar-Katılanların Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarına Göre Dağılımı

Sektör	Kişi (n)	%
Kamu	18	22,5
Özel	62	77,5
Toplam	80	100,0

Ankete katılanların cinsiyetlerine göre değerlendirildiğinde; katılanların %72,5’i erkek, %27,5’i kadındır. Ankete katılanların yaklaşık olarak %28’ini kadınların oluşturması çok yüksek bir oran olmasa da kadınların kırsal turizmde iş imkanlarının doğduğu ve yörede kırsal turizmin gelişimiyle birlikte kadınların iş imkanlarının artacağı söylenebilir.

Tablo.3.2. Kamu ve Özel Kuruluşlar-Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Kişi (n)	%
Erkek	58	72,5
Kadın	22	27,5
Toplam	80	100,0

Ankete katılanların yaş durumlarına bakıldığında 18-24 yaş arası %8,8, 25-34 yaş arası %31,2, 35-44 yaş arası %35, 45-54 yaş arası %17,5 ve 55 yaş üzeri %7,5’dir. Araştırma

örneklemeine bağlı olarak ankete katılanlar özel ve kamu işletme yöneticileri olduklarından yoğunlaşma orta yaş grubundadır.

Tablo.3.3. Kamu ve Özel Kuruluşlar-Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

Yaş Düzeyi	Kişi (n)	%
18-24 arası	7	8,8
25-34 arası	25	31,2
35-44 arası	28	35,0
45-54 arası	14	17,5
55 ve üzeri	6	7,5
Toplam	80	100

Eğitim durumları göz önüne alındığında katılanların %3.8'i yüksek lisans, %45'i lisans, %8,8'i önlisans, %31.2'i lise ve %11, 2'si ilköğretim mezunudur. Genel olarak değerlendirildiğinde ankete katılanların büyük çoğunluğunun eğitim seviyesinin yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo.3.4. Kamu ve Özel Kuruluşlar- Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Kişi (n)	%
İlköğretim	9	11,2
Lise	25	31,2
Önlisans	7	8,8
Lisans	36	45,0
Yüksek Lisans	3	3,8
Toplam	80	100

Ankete katılanların medeni durumlarına göre değerlendirildiğinde %76,2'si evli, %23,8'i bekar. Ankete katılanların evli oranının yüksek çıkmasının nedeni ankete katılan kamu ve özel kuruluş çalışanların büyük çoğunluğu yönetici olması nedeniyle yaşça büyük olmasından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda yöresel kültür nedeniyle ekonomik açıdan iyi durumda olanların evlenme üzerinde baskıların az da olsa etkili olduğu söylenebilir.

Tablo.3.5. Kamu ve Özel Kuruluşlar- Katılanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Medeni Durum	Kişi (n)	%
Bekar	19	23,8
Evli	61	76,2
Toplam	80	100,0

3.2.1.2. Şirince'nin Kırsal Turizm Gelişiminde İçsel Faktörlerin Analizi (Yörenin Güçleri ve Zayıflıkları)

Şirince'nin kırsal turizmin gelişiminde içsel faktörlerin analizi kapsamında yörenin güçlü ve zayıf yönlerini tespit etmek üzere 31 önerme sorulmuştur. Her önerme için Likert tipi 5 farklı derecelendirme sunulmuştur. Veriler sayısal değere dönüştürülüp işlenebilmesi için SPSS istatistik programında kodlanmıştır. Kodlama 1: Tamamen Katılıyorum, 2: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılmıyorum, 5: Hiç Katılmıyorum şeklinde yapılmıştır. İçsel faktörlerin analizinde yüzde (%) değerleri ve Ortalama (Mean) değerleri kullanılmıştır. Yüzde değeri ne kadar büyükse ve Ortalama (Mean) rakamı ne kadar küçükse önerme o kadar destekleniyor anlamına gelmektedir.

3.2.1.2.1. Şirince'nin Kırsal Turizm Açısından Güçlü Yönleri

Yöre insanının geleneksel konukseverliği

Ankete katılan 80 kişiye “Yöre insanının geleneksel konukseverliği turizmi olumlu yönde etkileyebilir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %52,5'i tamamen katılıyorum, %36,2'si katılıyorum, %2,5'i kararsızım, %5'i katılmıyorum ve %3,8'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,71'dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %88,7'si yerel halkın geleneksel konukseverliğinin yöre turizmi açısından fırsat oluşturacağı düşüncesindedir. Şirince köyü halkı, yabancıya açık ve turisti seven insanlardan oluşmakta, yerli ve yabancı turistleri konuk etme eğilimi çok yüksektir. Köye gelen turistlere oldukça ilgili davranmaktadırlar (Soykan, 2004: 80-81). Yörede yapılan araştırma gezilerinde de gerek yerel halk gerekse köy esnafı ziyaretçilere gayet ilgili davrandıkları ve yardımcı olma gayreti içerisine girdikleri gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, yöre insanının geleneksel konukseverliğinin ziyaretçilerin yöreden memnun ayrılmasında büyük rol oynadıkları söylenebilir.

Yörede şarapçılığın gelişmiş olması

Ankete katılan 80 kişiye “Yöre de şarapçılığın gelişmiş olması yöre turizmini olumlu yönde etkileyecektir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %48,1'i tamamen katılıyorum, %35,4'ü katılıyorum, %7,6'sı kararsızım, %5,1'i katılmıyorum ve %2,5'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,75'dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %83,5'i yörede şarapçılığın gelişmiş olmasının yöre turizminde etkili olduğu düşüncesindedir. Şirince'de şarapçılık ev

yapımı şaraplarla başlamış, bugün çok azalmış, ama marka haline gelmiş 4 patentli şarap vardır ve 12 şarap evi hizmet vermektedir. Şaraplar restoranlarda, şarap evlerinde ve köyün çarşısında turistlere sunulmaktadır. Aynı zamanda köyde bir şarap fabrikası mevcuttur (Soykan, 2004: 74). Şarap fabrikası ve şarap evleri sahipleriyle yapılan görüşmelerde üretilen şarapların büyük çoğunluğunu ihraç ettiklerini, birçok yerli turistin şarap almak ve hediye etmek üzere köyü özellikle ziyaret ettiklerini ve birçok yabancı turistin hediye etmek üzere şarap satın aldıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda köyde şarap üretiminin yapılması ve sunulması kırsal turizm açısından artı çekicilik unsurudur.

Yöreye özgü el sanatları ürünlerinin varlığı

Ankete katılan 80 kişiye “Yöreye has el sanatlarının varlığı turizmi olumlu yönde etkileyebilir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %28,8’i tamamen katılıyorum, %53,8’i katılıyorum, %11,2’si kararsızım, %3,8’i katılmıyorum ve %2,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,98’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %82,6’sı yörede sunulan el sanatlarının yöredeki turizmi etkilediği görüşündedir. Şirince’ye kendine özgü el sanatı olmasa da köy kadınlarının yaptıkları el işleri her zaman beğeni topladığı için, özellikle tığ ve şiş örgüleri büyük rağbet görmektedir (Soykan, 2004: 75). Yöre insanıyla ve işletme sahipleriyle yapılan görüşmelerde Şirince’ye has el sanatı olmadığını ancak yöre insanının yaptığı el işlerinin turistler tarafından büyük beğeni topladığını belirtmişlerdir. Yapılan bu el işlerinde yöreye özgü desen ve motifler yaratılarak bu avantaj daha etkili hale getirilebilir.

Yöredeki tarihi varlıklar (kilise, tarihi evler, şarap evleri)

Ankete katılan 78 kişiye “Yöredeki tarihi varlıklar (kilise, tarihi evler, şarap evleri vb.) turizmi olumlu yönde etkileyebilir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %42,3’ü tamamen katılıyorum, %47,4’ü katılıyorum, %6,4’ü kararsızım, %2,6’sı katılmıyorum ve %1,3’ü hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,73’tür. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %89,7’si yöredeki tarihi varlıkların yöre turizmini olumlu yönde etkileyeceği görüşündedir. Şirince köyünün kültürel zenginliği, kırsal turizmin varlık nedenidir. Köyün bütünüyle büyük bir Rum köyü olması, evleri ve kiliseleriyle tarihi miras oluşturmaları köye turist çeken başlıca nedendir. Şirince çevresinde birçok doğal çevreye sahip köy olmasına karşın Şirince’de bu kültürel değerleri dolayısıyla kültür turları düzenlenmekte ve otantik olması dolayısıyla ziyaret edilmektedir.

Zengin doğal kaynaklar

Ankete katılan 80 kişiye “Yöredeki kırsal turizme uygun zengin doğal kaynaklar yöre turizminin gelişimine olumlu yönde etkileyebilir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %48,8’i tamamen katılıyorum, %36,2’si katılıyorum, %8,8’i kararsızım, %2,5’i katılmıyorum ve %3,8’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,76’dır. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %85’i yöredeki zengin kaynakların turizmin gelişimine katkı sağlayacağı görüşündedir. Şirince’de evler bahçeli olmakla birlikte, evlerin yerleşim çevresi büyük ölçüde bağ, bahçe, zeytinlik ve kızılçam ormanlarıyla kaplıdır. Yörenin eğimli bir arazi üzerinde konumlanması ve kullanılan malzemeler tamamen yöreye özgüdür. Bu durum köyün doğallığını ortaya koymaktadır (Bolat, 2007: 59). Şirince’nin doğal ve kültürel peyzajının birbirini tamamladığı söylenebilir.

Tahrip edilmemiş çevre

Ankete katılan 79 kişiye “Yöredeki kırsal turizme uygun tahrip edilmemiş çevre yöre turizminin gelişimine olumlu yönde etkileyebilir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %57’si tamamen katılıyorum, %30,4’ü katılıyorum, %6,3’ü kararsızım, %3,8’i katılmıyorum ve %2,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,65’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %87,4’ü yöredeki zengin kaynakların turizmin gelişimine katkı sağlayacağı görüşündedir. Şirince’nin kentsel sit alanı olması nedeniyle doğal güzelliğin bozulması engellenmiştir. Şirince’nin çevresel değerlerinin korunması yörede kırsal turizm açısından önemlidir.

Yöre insanın Türkiye’deki olumlu imajı (sempatik kişiliği vb.)

Türkiye’de, yöre insanının olumlu imajı (sempatik kişiliği vb.) yöredeki turizm gelişimini olumlu yönde etkilemektedir önermesine ankete katılan 79 kişinin, %46,8’i tamamen katılıyorum, %35,4’ü katılıyorum, %8,9’u kararsızım, %5,1’i katılmıyorum ve %3,8’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,84’dür. Türkiye’nin diğer yörelerinde olduğu gibi Şirince yöresindeki insanlarda gelen turistlere misafirperver davranmakta yardımcı olmaya çalışmaktadırlar. Yöre halkının sahip olduğu sempatik kişilik başta yörenin iç turizm piyasasında olmak üzere tekrarlanan müşteri sayısına büyük etki etmektedir. Şirince’nin sahip olduğu bu olumlu imaj yörenin bir güçlü yanı olarak ortaya çıkmaktadır.

Yerel halkın turizm bilincinin yeterli olması

Ankete katılanlara, “Yerel halkın turizm bilinci, kırsal turizmin gelişimi için yeterlidir” önermesi sorulmuş, cevap veren 80 kişinin, %27,5’i tamamen katılıyorum, %33,8’i katılıyorum, %11,2’si kararsızım, %12,5’i katılmıyorum ve %15’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,54’dür. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %61,3’ü yerel halkın turizm bilinci kırsal turizm için yeterli olduğu görüşündedir. Daha önce yapılan iki araştırmada şirince halkının yerli ve yabancı turistler konuk eğilimi çok yüksek olduğu, köye gelen turistlere gösterilen ilginin çok yüksek olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda, Şirince halkının yabancıya açık ve turisti seven insanlardan oluştuğu kadını ve erkeğiyle gönüllü olarak turizmde çalıştıkları belirtilmektedir (Soykan, 2004: 77). Bu yüzden yöre turizminin bugünkü durumunda olmasında yerel halkın yeri yadsınamaz. Bu bağlamda, yerel halkın bilinci turizmin gelişmesi için yeterli olduğu söylenebilir. Gelen turistlere sosyal ilişkilerin geliştirilmesi ve sunulan hizmet kalitesinin geliştirilmesi açısından yabancı dil, misafir ilişkileri, kalite iyileştirme vb. kurslarla yerel halkın bilinci daha da geliştirilecektir.

Zengin yöre mutfağı

Ankete katılan 80 kişiye “Yöre mutfağının çeşitliliği turizmi olumlu yönde etkileyebilir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %52,5’i tamamen katılıyorum, %37,5’i katılıyorum, %6,2’si kararsızım, %2,5’i katılmıyorum ve %1,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,63’dür. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %90’ı yörede mutfağının zenginliğinin yöre için avantaj oluşturduğu düşüncesindedir. Yörede belirgin olarak en fazla öne çıkan yemekler gözleme ve köy kahvaltısıdır. Özellikle yörenin yakın çevresindeki yerli turistler hafta sonları özellikle köy kahvaltısı yapmak üzere yöreyi ziyaret etmektedirler. Ayrıca iş ve arkadaş grupları bir araya gelmek ve gözleme yemek üzere yöreyi ziyaret etmektedirler. Bunun yanında bazı kamu ve özel kuruluşlar yemekli toplantılarda yörede bulunan restoranları tercih edebilmektedirler. Yöreye turlarla gelen turistlerin tur programları içinde yöredeki restoranlarda yemekte yer almaktadır.

Halkın geleneksel yaşantısı

Ankete katılan 80 kişiye “Halkın geleneksel yaşantısına yön veren kırsal kültür yöredeki turizmi gelişimini olumlu yönde etkileyebilir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %43,8’i tamamen katılıyorum, %38,8’i katılıyorum, %8,8’i kararsızım, %6,2’si katılmıyorum ve

%2,5'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,85'dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %82,6'sı yöre halkının geleneksel yaşantısının yöredeki kırsal turizmi geliştirdiği görüşündedir. Şirince'nin tarihsel ve kültürel kimliği, köy halkının turizme gönüllü ve dışa açık yapısının yörede kırsal turizmin gelişmesinde rolü büyüktür. Kırsal turizm, turist ile ev sahibi arasında kişisel bir ilişkiyi de gerektirir. Bu bağlamda köye gidildiğinde köy halkının kadın ve erkeklerinin turizmde aktif olarak rol aldıkları görülebilir. Köy halkı gerek sosyal yaşamlarında gerekse ticarete gelenek ve görenekleri korudukları, köy ağzının değişmediğini, giyimlerinde yörenin kültürünü yansıttıklarını görebilirsiniz.

Yörenin şehir merkezine yakınlığı

Ankete katılan 80 kişiye “Yöre şehir merkezine yakındır.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %57,5'i tamamen katılıyorum, %31,2'si katılıyorum, %6,2'si kararsızım, %3,8'i katılmıyorum ve %1,2'si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,60'dır. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %88,7'si yörenin şehir merkezine yakın olduğunu düşünmektedir. Selçuk ile Şirince arası uzaklık 8.km'dir. Bu mesafenin yakın olarak algılandığı söylenebilir.

Yöredeki yeterli ulaşım araçları

Ankete katılan 80 kişiye “Yörede yeterli miktarda ulaşım araçları bulunmaktadır.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %43,8'i tamamen katılıyorum, %36,2'si katılıyorum, %11,2'si kararsızım, %6,2'si katılmıyorum ve %2,5'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,88'dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %80'i yörede yeterli miktarda ulaşım araçları olduğunu düşünmektedir. Selçuk-Şirince arasında gidiş ve dönüş olmak üzere her yarım saatte bir araç bulunmaktadır. Yerli turistler çoğunlukla kendi araçlarıyla gelmekte yabancı turistler ise tur otobüsleriyle gelmektedir. Bireysel gelen turistler için ulaşım araçlarının yeterli olduğu söylenebilir.

Yeterli üst yapı (Pansiyon, Restoran vb.)

Ankete katılan 80 kişiye “Şirince'nin üst yapısı turizm için yeterlidir. (Konaklama, Restoran vb.)” önermesi sorulmuş, katılımcıların %27,5'i tamamen katılıyorum, %38,8'i katılıyorum, %12,5'i kararsızım, %13,8'i katılmıyorum ve %7,5'i ise hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,35'dir. Şirince'deki arz kapasitesi ancak günümüzdeki turistik talebi karşılayacak düzeydedir. Köyün sit alanı olması dolayısıyla köye

yeni yerler yapılamamaktadır. Günümüzdeki talep artışı karşısında Şirince halkı evlerini turistik amaçlı kullanıma açmak zorunda kalacakları açıktır. Şirince'deki bu sınırlı üst yapı durumu gelecekte yeni yerleşim durumunda köyün otantikliğinin bozulmasına yol açabilir.

Festivaller, Şenlikler

Yörede her yıl “Şirince Bağbozumu Şenlikleri” ve Selçuk'ta “Deve Güreşleri, Kuruluş Şenlikleri ve Kültür-Sanat Festivalleri” yapılmaktadır. Bu festival ve şenliklerin yöre turizmi açısından önemli olup olmadığı sorulmuştur. Ankete katılan 80 kişinin %62,5'i tamamen katılıyorum, %27,5'i katılıyorum, %5'i kararsızım, %2,5'i katılmıyorum ve %1,2'si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,49'dur. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %90'ı yapılan bu şenliklerin yöre turizmi açısından önemli bir turizm potansiyeli oluşturduğu düşüncesindedir. Yapılan görüşmelerde her yıl yapılan bu şenlik ve festivallerin yöreye çok sayıda yerli ve yabancı turist çektiği belirtilmiştir.

Çiftçilerin tarımsal kaynakların turizm amaçlı kullanılması konusunda istekli olmaları

Ankete katılan 79 kişiye “Çiftçiler tarımsal kaynakların turizm amaçlı kullanılması konusunda isteklidirler.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %48,8'i tamamen katılıyorum, %36,2'si katılıyorum, %8,8'i kararsızım, %2,5'i katılmıyorum ve %3,8'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,76'dır. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %85'i çiftçilerin tarımsal kaynakları turizm amaçlı kullanılması konusunda istekli oldukları görüşündedir. Köyde yerli halk üretmiş oldukları pekmez, salça, erişte, tarhana, salamura bal yaprağı, zeytin, kuru incir, ceviz, kestane, şifalı otlar, dekoratif kuru otlar gibi tarımsal ürünleri tezgahlarda satmakta ve turistik amaçlı gözleme evlerinde ve restoranlarda kullanılmaktadırlar. Aynı zamanda turistler köyde gezi esnasında ürünlerin toplanması, ekilmesi ve sulanmasına şahit olmakta, isterlerse yerel gıda ürünlerinin (şarap, zeytin) üretimini gözlemleyebilmektedir.

Seyahat acentelerinin yöreye yeterli hizmeti vermeleri

Ankete katılan 79 kişinin yöre çevresindeki seyahat işletmelerinin yöreye yeterli hizmet verdikleri konusundaki değerlendirmelerinde, katılımcıların %40,5'i tamamen katılıyorum, %36,7'si katılıyorum, %10,1'i kararsızım, %8,9'u katılmıyorum ve %3,8'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,99'dur. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %77,2'si seyahat acentelerinin yöreye yeterli hizmeti verdikleri düşüncesindedir. Seyahat acentaları İzmir çevresi veya Ege

Bölgesi “Kültür Turları” kapsamında Şirince’yi programa dahil etmektedirler. Aynı zamanda Selçuk ve Kuşadası’na gelen turistlere günübirlik geziler düzenlemektedirler. Seyahat acentaları Şirince’yi tanıtım rolü de görmektedirler. Bu bağlamda, yöredeki seyahat acentelerinin, yörenin turizm potansiyelinin kazandırılması ve pazarlanması için yeterli çabayı gösterdikleri söylenebilir.

İlçe merkezindeki kamu kuruluşları ve yerel yönetimin turizm eğitim durumu

Ankete katılan 80 kişiye “Yörenin bağlı bulunduğu ilçe merkezindeki kamu kuruluşları ve yerel yönetimler turizm gelişimi için yeterli turizm eğitimi almışlardır.” önermesi sorulmuş, ankete katılanların %27,5’i tamamen katılıyorum, %21,2’si katılıyorum, %32,5’i kararsızım, %11,2’si katılmıyorum ve %7,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,50’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %48,7’si yörenin bağlı bulunduğu ilçe merkezindeki kamu kuruluşların ve yerel yönetimlerin yeterli turizm eğitimi aldıkları düşüncesindedir. Önemli bir oran olarak %32,5’i kararsız kalmıştır. Şirince köyünde turizmin gelişmesi, doğrudan turizme yönelik ve bu adı taşıyan bir planlama çerçevesinde olmamış, ancak köy için birtakım iyileştirmeler (yol yapımı, tarihi okulun onarılması, köyün sit alanı ilan edilmesi ve koruma altına alınması) ve kredi konusunda çok sınırlı yardımları, Şirince’yi adım adım kırsal turizme yaklaştırmış ve dönüştürmüştür (Soykan, 2004: 79). Şirince’nin bugünkü durumu düşünüldüğünde yerel yönetimleri turizm hakkında bilgili ve duyarlı oldukları söylenebilir.

Yöredeki kamu kuruluşları ve yerel yönetimin turizm eğitim durumu

Ankete katılan 80 kişiye “Yöredeki kamu kuruluşları ve yerel yönetimler turizm gelişimi için yeterli turizm eğitimi almışlardır.” önermesi sorulmuş, ankete katılanların %17,5’i tamamen katılıyorum, %22,5’i katılıyorum, %38,8’i kararsızım, %15’i katılmıyorum ve %6,2’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,70’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %40’ı yöredeki kamu kuruluşların ve yerel yönetimlerin yeterli turizm eğitimi aldıkları düşüncesindedir. Önemli bir oran olarak %38,8’i kararsız kalmıştır. Köyün bugünkü durumuna gelmesinde ilçe merkezinin olduğu kadar yöredeki kamu kuruluşlarında payı yüksektir. Şirince’nin bugünkü durumu düşünüldüğünde yöredeki yönetimin turizm hakkında bilgili ve duyarlı oldukları söylenebilir.

Yabancı Sermaye Durumu

Ankete katılan 80 kişiye “Kırsal turizmin gelişmesiyle yabancı sermaye yatırımlarında artış görülecektir.” önermesi sorulmuş, katılanların %7,5’i tamamen katılıyorum, %10’u katılıyorum, %8,8’i kararsızım, %41,2’si katılmıyorum ve %32,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,81’dir. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %73,7’si turizmde yörenin yabancı sermaye artışına neden olmayacağı düşüncesindedir. Yabancı sermaye gelirlerin bölge dışına çıkmasına neden olmakta, tekelleştiğinde yöre halkı için ve kırsal kalkınma için çok faydalı değildir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 70). Şirince’nin mevcut durumuna bakıldığında yerel halk mevcut ihtiyaçları karşılamakta, yeni yatırımlara ihtiyaç duyulmamaktadır. Yabancı sermayenin olmayışı hem yerel halk için hem de Şirince’nin otantikliğinin korunmasında güçlü bir yöndür.

3.2.1.2.2. Şirince’nin Kırsal Turizm Açısından Zayıf Yönleri

Tanıtım eksikliği

Ankete katılan 80 kişiye “Yöre tanıtımıyla ilgili mevcut uygulamalar yeterlidir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %7,5’i tamamen katılıyorum, %5’i katılıyorum, %12,5’i kararsızım, %42,5’i katılmıyorum ve %32,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,88’dir. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %75’i yöre ile ilgili tanıtımların yetersiz olduğu düşüncesindedir. Diğer turizm türlerinde olduğu gibi kırsal turizmde tanıtım şarttır. Yöre tanıtımıyla ilgili olarak birçok yerli ve yabancı dergide ve gazetede, dizilerde, turistik yayınlarda Şirince’ye yer verilmektedir. Yöredeki şarap evleri ve pansiyon işletmelerinin bastırılmış olduğu tanıtım kitapçığı olsa da yöre tanıtımıyla ilgili Şirince’ye özgü bastırılan bir kitap veya CD bulunmamaktadır. Ayrıca Şirince’nin bağlı olduğu Selçuk ilçesinde bilmeyenler açısından Şirince’yle ilgili bir reklam tabelası maalesef yoktur. Muhtarlıkla yapılan konu ile ilgili yapılan görüşmelerde turizm enformasyon bürosunun kurulması gerektiği belirtilmiştir.

Yöre tanıtımı için mevcut internet sitelerinin yetersiz olması

Ankete katılan 80 kişiye “Yörenin tanıtımı için mevcut internet siteleri yeterlidir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %6,2’si tamamen katılıyorum, %10’u katılıyorum, %12,5’i kararsızım, %45’i katılmıyorum ve %26,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,75’dir. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte

değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %71,2'si yöre tanıtımı için mevcut internet sitelerinin olmadığını düşünmektedir. İnternet üzerinden yapılacak tanıtımlar, daha fazla tüketiciye ulaşma imkanını sağlar. Turizm işletmelerinin kendi web sitelerini hazırlamaları, tüketicilerin işletme hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasına, ne gibi olanaklar bulunduğunu görmesine ve diğer işletmelerle karşılaştırmalar yapabilmelerine olanak tanır (Akdoğan ve Şahin, 2009). Pansiyon işletmelerinde yaptığımız görüşmelerde yapılan konaklamalarda internetinde kullandığını belirtmişlerdir. İnternet ortamında yapılan incelemede yörede yer alan pansiyonlara ait sitelerin mevcut olduğu görülmüştür. Ancak yöre tanıtımıyla ilgili kamu kuruluşlarının özellikle şirince tanıtımı için açmış olduğu siteye karşılaşılmamıştır. Aynı zamanda köyün bağlı olduğu Selçuk Belediyesi ve Selçuk Kaymakamlığı internet sayfasında Şirince'yle ilgili fazla bilgi yer almadığı görülmüştür. Pansiyonlara ait internet sitelerinde Şirince'yle ilgili bilgiler yer alsa da yetersiz olduğu açıktır.

Sınırlı Arz Kapasitesi

Ankete katılanlardan “Yöre kırsal turizmi karşılayacak kapasitede yeterli arz kapasitesine sahiptir.” önermesine 79 kişi cevap vermiş ve cevap verenlerin %8,9'u tamamen katılıyorum, %7,6'sı katılıyorum, %15,2'si kararsızım, %38'i katılmıyorum ve %30,4'ü hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,73'tür. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %68,4'ü kırsal turizmi karşılayacak arz kapasitesine sahip olmadığı düşüncesindedir. Köyün şu anki arz kapasitesin bakıldığında günümüzdeki talebi zor karşılamaktadır. Köyün sit alanı olması nedeniyle yeni yerleşime izin verilmediğinden köyün arz kapasitesini yükseltmek mümkün olmamaktadır. Bunun yanında köyün sit alanı olması dolayısıyla evlerde onarım yapılamadığından birçok ev kötü durumdadır. Köyde kırsal turizmin gelişmesi durumunda mevcut arz kapasitesi artan talebi karşılayacak durumda olmadığı söylenebilir.

Altyapı yetersizliği

Ankete katılan 80 kişiye “Şirince'nin alt yapısı turizm için yeterlidir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %5'i tamamen katılıyorum, %7,5'i katılıyorum, %12,5'i kararsızım, %40'ı katılmıyorum ve %35'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,93'tür. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %75'i Şirince'nin alt yapısının turizm için yeterli olmadığı düşüncesindedir. Şirince, Kuşadası Limanına yakınlığı, İzmir Adnan Menderes Havaalanına yakınlığı, Aydın-İzmir tren hattına yakınlığı ve karayolu dolayısıyla erişilebilirlik seçenekleri çok olan bir

köydür ve ulaşım ağı sık olan bir yerde yer almaktadır. Ancak yaptığımız görüşmelerde Selçuk-Şirince karayolunun iyi durumda olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca Rumlar zamanında kalan kanalizasyon şebekesinin iyi durumda olmadığı belirtilmiştir.

Ulaşım imkanlarının yetersizliği

Ankete katılanlardan “Şirince’ye ulaşım önemli bir sorundur.(Yolların bozukluğu, trafik sıkışıklığı vb.)” önermesine 80 kişi cevap vermiş ve cevap verenlerin %37,5’i tamamen katılıyorum, %40’ı katılıyorum, %11,2’si kararsızım, %5’i katılmıyorum ve %6,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,03’tür. Yöre erişebilirlik seçenekleri açısından havayolu ve limana yakın, kara yolu açısından müsait ve ulaşım ağı sık olan bir köydür. Çıkan anket sonuçlarında ve yapılan görüşmelerde yol durumunun çok uygun olmadığı belirtilmiştir.

Turistik hizmet kalitesinin yetersizliği

Ankete katılanlardan “Yöredeki turistik hizmet kalitesi yeterlidir.” önermesine 80 kişi cevap vermiş ve cevap verenlerin %11,2’si tamamen katılıyorum, %7,5’i katılıyorum, %8,8’i kararsızım, %46,2’si katılmıyorum ve %26,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,69’dur. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %72,4’ü yöredeki turistik hizmet kalitesinin yetersiz olduğu düşüncesindedir. Araştırma uygulanma aşamasında bazı işletmelerin köyün otantikliğini yansıtmayan malzemeler kullanılarak dizayn edildiği gözlemlenmiştir. Kırsal alanları ziyaret eden turistlerin seyahatlerini yinelemeleri ve ziyaret süresi içine yapılan harcamaların artırılması turistin seyahat süresi içindeki kaliteyi algılamasına göre değişir. Kaliteli bir servisin sunulması müşteri bağlılığını arttırdığından tekrarlanan müşteri sayısı ve elde edilen gelirler de artmaktadır (Albacate-Saez, Fuentes-Fuentes, Llore´ns-Montes, 2006: 46). Bu bağlamda turistik hizmet kalitesinin düşük olması yöre için zayıf bir yön olduğu söylenebilir.

Turizm olgusuna adapte olabilecek genç ve dinamik nüfus eksikliği

Ankete katılan 80 kişiye “Turizm olgusuna adapte olabilecek genç ve dinamik bir nüfusun varlığı yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %32,5’i tamamen katılıyorum, %38,8’i katılıyorum, %11,2’si kararsızım, %12,5’i katılmıyorum ve %5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,19’dur. Yapılan görüşmelerde köyün sit alanının olması yeni ev yapılmasına izin verilmemesi nedeniyle genç nüfusun evlenmek için oturacak ev olmadığından zorunlu olarak göç

ettiklerini özellikle belirtmişlerdir. Kırsal turizmin sürdürülebilirliği ve gelişmesi açısından genç nüfusa ihtiyaç vardır. Bu bağlamda turizm olgusuna adapte olabilecek genç nüfusun olmaması yörenin zayıf yönü olarak ortaya çıkmaktadır.

Yöre hakkında bilgi sahibi olan eğitimli turist rehberi yetersizliği

Ankete katılanlardan “Yöre hakkında bilgi sahibi olan yeterince eğitimli turist rehberi bulunmaktadır.” önermesine 80 kişi cevap vermiş ve cevap verenlerin %15’i tamamen katılıyorum, %11,2’si katılıyorum, %10’u kararsızım, %32,5’i katılmıyorum ve %31,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,54’dür. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %63,7’si yöre hakkında bilgi sahibi olan yeterli sayıda eğitimli turist rehberinin olmadığı görüşündedir.

İşletme yöneticileri ve çalışanlarının turizm eğitim eksikliği

Ankete katılanlardan “Yöredeki turistik işletme yöneticileri ve çalışanları yeterli turizm eğitimi almıştır.” önermesine 78 kişi cevap vermiş ve cevap verenlerin %9’u tamamen katılıyorum, %10,3’ü katılıyorum, %16,7’si kararsızım, %35,9’u katılmıyorum ve %28,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,64’dür. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %64,1’i yöredeki turistik işletme yöneticilerinin çalışanlarının yeterli turizm eğitimi almadıkları görüşündedir. Yöre halkı için düzenlenen yabancı dil, kalite iyileştirme, meslek edindirme, misafir ilişkileri vb. kurslar işletme yöneticileri ve çalışanlarına aynı program dahilinde veya farklı programlar şeklinde uygulanabilir. İşletme çalışanları ve yöneticiler turistlerle kişisel ilişkiler kuran ve hizmet sunan kişilerdir. Sunulan hizmetin kalitesi açısından turizm eğitimi büyük öneme sahiptir. İşletme yönetici ve çalışanlarının turizm eğitim durumlarının eksikliği yörenin zayıf yönü olduğu söylenebilir.

İşletme yöneticileri ve çalışanlarının yabancı dil yetersizliği

Ankete katılanlardan “Yöredeki işletme yöneticileri ve çalışanları ziyaretçilere sorunsuz hizmet verebilecek düzeyde yabancı dil bilgisine sahiptir.” önermesine 78 kişi cevap vermiş ve cevap verenlerin %10,3’ü tamamen katılıyorum, %9’u katılıyorum, %19,2’si kararsızım, %33,3’ü katılmıyorum ve %28,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,60’dır. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %61,5’i yöredeki turistik işletme yöneticilerinin çalışanlarının sorunsuz hizmet verebilecek düzeyde yabancı dil sahibi olmadıklarını söylemeleri işletme yönetici ve

çalışanlarının yabancı dil düzeylerinin arzu edilen düzeyde olmadığı ve yöre turizmi açısından zayıf bir unsur olduğu söylenebilir.

Yerel halk gelişimi için turizm eğitim programı eksikliği

Ankete katılanlardan “Yöre halkının kırsal turizm konusunda bilinçlendirme doğrultusunda eğitim programları bulunmaktadır.” önermesine 80 kişi cevap vermiş ve cevap verenlerin %1,2’si tamamen katılıyorum, %2,5’i katılıyorum, %16,2’si kararsızım, %42,5’i katılmıyorum ve %37,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,90’dır. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %80’i yöre halkının kırsal turizm konusunda turizm eğitim programı olmadığını belirtmektedir. Şirince de yerel halk genci, yaşlısı, kadını ve erkeği olmak üzere turizmde çalışmaktadırlar. Dolayısıyla şarap evleri, pansiyonlar, gözleme evleri, restoranlar ve tezgahlar dahil olmak üzere çalışanlar genellikle yerel halktır. Şirince halkı yabancıya açık ve turistleri seven insanlardan oluşmaktadır. Ancak yabancı dil, meslek edindirme, kalite iyileştirme, misafir ilişkileri vb. kurslar sayesinde köy halkı daha da gelişecektir. Bu bağlamda, turizm eğitim programının eksikliği yörenin zayıf yönü olduğu söylenebilir.

Özel işletmeler ile kamu idareleri arasındaki koordinasyon eksikliği

Ankete katılanlardan “Özel işletmeler ile kamu idareleri turizmi geliştirme konusunda koordinasyon içerisindedir.” önermesine 80 kişi cevap vermiş ve cevap verenlerin %7,5’i tamamen katılıyorum, %8,8’i katılıyorum, %13,8’i kararsızım, %32,5’i katılmıyorum ve %37,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,84’dür. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %70’i özel işletmelerle kamu idarelerinin koordinasyon içinde olmadığı düşüncesindedir. Koordinasyon, hizmet kalitesinin ve yaratıcılığın artması, düzenli olarak turistlerin beklentilerinin ve turistik pazarın takip edilmesi açısından büyük öneme sahiptir. Ancak bu şekilde kırsal yerleşmeler başarıyı yakalamaktadırlar (Soykan, 2004: 78). Bu bağlamda koordinasyon eksikliği yöre için önemli bir eksikliktir.

Tablo.3.6. Kamu ve Özel Kuruluşlar-Şirince'nin Kırsal Turizm Gelişiminde İçsel Faktörlerin Analizi (Yörenin Güçlü ve Zayıf Yönleri)

İçsel Faktörler	Kişi Sayısı	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Kararsız	Katılmıyor	Hiç Katılmıyor	Ortalama (Mean)	Ortanca (Medyan)	St. Sapma
Güçler	N	%	%	%	%	%			
Yöre insanının geleneksel konukseverliği turizmi olumlu yönde etkileyebilir.	80	52,5	36,2	2,5	5,0	3,8	1,71	1,00	1,009
Yöre de şarapcılığın gelişmiş olması yöre turizmini olumlu yönde etkileyecektir.	80	46,2	27,5	13,8	7,5	5,0	1,98	2,00	1,169
Yöreye has el sanatlarının varlığı turizmi olumlu yönde etkileyebilir.	80	28,8	53,8	11,2	3,8	2,5	1,98	2,00	0,886
Yöredeki tarihi varlıklar (kilise, tarihi evler, şarap evleri vb.) turizmi olumlu yönde etkileyebilir.	78	42,3	47,4	6,4	2,6	1,3	1,73	2,00	0,801
Yöredeki kırsal turizme uygun zengin doğal kaynaklar yöre turizminin gelişimine olumlu yönde etkileyebilir.	80	48,8	36,2	8,8	2,5	3,8	1,76	2,00	0,984
Yöredeki kırsal turizme uygun tahrip edilmemiş çevre yöre turizminin gelişimine olumlu yönde etkileyebilir.	79	57,0	30,4	6,3	3,8	2,5	1,65	1,00	0,948
Türkiye’de yöre insanının olumlu imajı (sempatik kişiliği vb.) yöredeki turizm gelişimini olumlu yönde etkilemektedir.	79	46,8	35,4	8,9	5,1	3,8	1,84	2,00	1,043
Yerel halkın turizm bilinci, kırsal turizmin gelişimi için yeterlidir.	80	27,5	33,8	11,2	12,5	15,0	2,54	2,00	1,405
Yöre mutfağının çeşitliliği turizmi olumlu yönde etkileyebilir.	80	52,5	37,5	6,2	2,5	1,2	1,63	1,00	0,817
Halkın geleneksel yaşantısına yön veren kırsal kültür yöredeki turizmi gelişimini olumlu yönde etkileyebilir.	80	43,8	38,8	8,8	6,2	2,5	1,85	2,00	0,995
Yöre şehir merkezine yakındır.	80	57,5	31,2	6,2	3,8	1,2	1,60	1,00	0,866
Yörede yeterli miktarda ulaşım araçları bulunmaktadır.	80	43,8	36,2	11,2	6,2	2,5	1,88	2,00	1,011
Şirince’nin üst yapısı turizm için yeterlidir. (Konaklama, Restoran vb.)	80	27,5	38,8	12,5	13,8	7,5	2,35	2,00	1,234
Yörede yapılan şenlikler (Şirince Bağbozumu Şenlikleri, Deve Güreşleri vb.) yörenin tanıtımını sağlayarak yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.	80	62,5	27,5	5,0	2,5	1,2	1,49	1,00	0,827
Çiftçiler tarımsal kaynakların turizm amaçlı kullanılması konusunda isteklidirler.	79	39,2	38,0	12,7	7,6	2,5	1,96	2,00	1,031
Yöre çevresindeki seyahat acenteleri yöreye yeterli hizmet vermektedirler.	79	40,5	36,7	10,1	8,9	3,8	1,99	2,00	1,104

Yörenin bağlı bulunduğu ilçe merkezindeki kamu kuruluşları ve yerel yönetimler turizm gelişimi için yeterli turizm eğitimi almışlardır.	80	27,5	21,2	32,5	11,2	7,5	2,50	3,00	1,222
Yöredeki kamu kuruluşları ve yerel yönetimler turizm gelişimi için yeterli turizm eğitimi almışlardır.	80	17,5	22,5	38,8	15,0	6,2	2,70	3,00	1,118
Kırsal turizmin gelişmesiyle yabancı sermaye yatırımlarında artış görülecektir.	80	7,5	10,0	8,8	41,2	32,5	3,81	4,00	1,213
Zayıflıklar	N	%	%	%	%	%	Ort	Med.	S.S
Yöre tanıtımıyla ilgili mevcut uygulamalar yeterlidir.	80	7,5	5,0	12,5	42,5	32,5	3,88	4,00	1,152
Yörenin tanıtımı için mevcut internet siteleri yeterlidir.	80	6,2	10,0	12,5	45,0	26,2	3,75	4,00	1,142
Yöre kırsal turizmi karşılayacak kapasitede yeterli arz kapasitesine sahiptir.	79	8,9	7,6	15,2	38,0	30,4	3,73	4,00	1,227
Şirince'nin alt yapısı turizm için yeterlidir.	80	5,0	7,5	12,5	40,0	35,0	3,93	4,00	1,111
Şirince'ye ulaşım önemli bir sorundur.(Yolların bozukluğu,trafik sıkışıklığı vb.)	80	37,5	40,0	11,2	5,0	6,2	2,03	2,00	1,125
Yöredeki turistik hizmet kalitesi yeterlidir.	80	11,2	7,5	8,8	46,2	26,2	3,69	4,00	1,259
Turizm olgusuna adapte olabilecek genç ve dinamik bir nüfusun varlığı yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.	80	32,5	38,8	11,2	12,5	5,0	2,19	2,00	1,170
Yöre hakkında bilgi sahibi olan yeterince eğitilmiş turist rehberi bulunmaktadır.	80	15,0	11,2	10,0	32,5	31,2	3,54	4,00	1,423
Yöredeki turistik işletme yöneticileri ve çalışanları yeterli turizm eğitimi almıştır.	78	9,0	10,3	16,7	35,9	28,2	3,64	4,00	1,248
Yöredeki işletme yöneticileri ve çalışanları ziyaretçilere sorunsuz hizmet verebilecek düzeyde yabancı dil bilgisine sahiptir.	78	10,3	9,0	19,2	33,3	28,2	3,60	4,00	1,272
Yöre halkının kırsal turizm konusunda bilinçlendirme doğrultusunda eğitim programları bulunmaktadır.	80	1,2	2,5	16,2	42,5	37,5	3,90	4,00	1,098
Özel işletmeler ile kamu idareleri turizmi geliştirme konusunda koordinasyon içerisindedir.	80	7,5	8,8	13,8	32,5	37,5	3,84	4,00	1,237

3.2.1.3. Şirince'nin Kırsal Turizm Gelişiminde Dışsal Faktörlerin Analizi (Yörenin Güçleri ve Zayıflıkları)

Şirince'nin kırsal turizmin gelişiminde dışsal faktörlerin analizi kapsamında yörenin sahip olduğu fırsat ve tehdit unsurlarını tespit etmek üzere 23 önerme sorulmuştur. Her önerme için Likert tipi 5 farklı derecelendirme sunulmuştur. Veriler sayısal değere dönüştürülüp işlenebilmesi için SPSS istatistik programında kodlanmıştır. Kodlama, 1: Tamamen Katılıyorum, 2: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılmıyorum, 5: Hiç Katılmıyorum şeklinde yapılmıştır. Dışsal faktörlerin analizinde yüzde (%) değerleri ve Ortalama (Mean) değerleri

kullanılmıştır. Yüzde değeri ne kadar büyükse ve Ortalama (Mean) rakamı ne kadar küçükse önerme o kadar destekleniyor anlamına gelmektedir.

3.2.1.3.1. Şirince'nin Kırsal Turizm Açısından Sahip Olduğu Fırsatlar

Dünya turizm hareketlerindeki değişimler

Ankete katılanlardan, “Dünya turizm hareketlerindeki değişimler (kırsal turizme yöneliş) yöre turizminin gelişimini olumlu yönde etkileyebilir” önermesine ankete katılan 80 kişi yanıt vermiştir. Katılımcıların %43,8'i tamamen katılıyorum, %42,5'i katılıyorum, %6,2'si kararsızım, %5,0'i katılmıyorum ve %2,5'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,80'dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %86,3'ü dünya turizm hareketlerindeki değişimlerin yöre turizminin gelişimi için bir fırsat olacağı düşüncesindedir. Günümüzde turistik tüketicilerin ekonomik gücü artmakla birlikte seyahati sırasında macera arayan, kendi başına ya da ailesi ile seyahat eden, seyahatini kendi organize eden, farklı kültürleri merak eden, farklı turistik ürünleri tercih eden yeni bir turist profili ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, Dünya Turizminde 2000-2020 döneminde, yeni turist profili paralelinde deniz-kum-güneş turizminin yanında doğa turizmi, kültür turizmi, kent turizmi, kırsal turizm, seyahat gemileri, temalı parklar, kongreler ve sağlık turizminin gelişeceği belirtilmektedir (Emekli, İbrahimov, ve Soykan, 2006, 15). Ege bölgesi içerisinde kurvaziyer turizmine, yat turizmine, kültür turizmine, inanç turizmine, doğa turizmine olanak sağlayan birçok turistik çekim yerine sahiptir. Turist profilindeki bu değişim Şirince turizmine büyük katkı sağlayacaktır.

Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girmesi

“Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girmesi yöre turizmi açısından bir fırsattır” önermesine, anketi yanıtlayan 80 kişinin, %36,2'si tamamen katılıyorum, %33,8'i katılıyorum, %15,0'i kararsızım, %8,8'i katılmıyorum ve %6,2'si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,15'dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %70'i Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girdiği taktirde Şirince'ye olan turistik talebin artacağı düşüncesindedir. Şirince'ye yaz aylarında gelen yabancı turistlerin genellikle Fransız, Belçikalı, Alman, Hollandalı, İtalyan, İngiliz, İspanyol ve Yunanlı turistlerdir (Soykan, 2004: 99). Şirince'ye gelen turistlere bakıldığında Avrupa Birliği'ne üye ülke vatandaşlarının yapmış olduğu seyahatlerdir. Avrupa ülkeleri yakın olması ve seyahat ile ilgili yasal engellerin olmaması nedeniyle üye ülkelerin

birbirlerini daha fazla ziyaret ettikleri düşünüldüğünde Türkiye'nin AB üyeliğine girmesi sonucunda Şirince'ye gelen turist sayısında artış olacağı düşünülebilir.

Turizm Bakanlığı'nın turizmi 12 aya yayma ve alternatif turizmi geliştirme politikaları

Ankete katılanlara “Turizm Bakanlığı'nın turizmi 12 aya yayma ve alternatif turizmi geliştirme politikaları yöre turizmini olumlu yönde etkiler” önermesine 80 kişi cevap vermiştir. Katılımcıların %46,2'si tamamen katılıyorum, %40,0'ı katılıyorum, %10'u kararsızım, %2,5'i katılmıyorum ve %1,2'si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %86,2'si Turizm Bakanlığı'nın turizmi 12 yayma ve alternatif turizmi geliştirme politikasının Şirince için bir fırsat olarak görmektedir. Şirince hem yerli turistler hem yabancı turistler için önemli bir potansiyeldir. Yıl içinde yerli turistlerin iki devrede yoğun ziyaretleri görülür; birincisi Nisan, Mayıs, Haziran'ı içeren ilk üç aylık dönem, ikinci Ekim-Kasım-Aralık aylarını içine alan ikinci dönemdir. Yabancı turistlerde Ocak-Şubat ayları dışında bölgeye gelen turistlere oranla uzun bir dönem ziyaret ettikleri görülmektedir. Yabancı turistlerin yoğunlaşması yine yoğun sezona bağlı olarak Temmuz-Ağustos aylarında görülmektedir (Soykan, 2004; 99). Yöreye gelen turistleri genel olarak değerlendirdiğimizde Ocak-Şubat-Mart ayları dışında ziyaretlerin olduğunu söyleyebiliriz. Şirince, Kuşadası ve Selçuk gibi önemli iki turistik çekim yerine yakındır. Aynı zamanda Efes, Meryemana, Artemis Tapınağı, Yedi Uyuyanlar, St.Jean Kilisesi, İsa Bey Cami, Magnesia gibi birçok tarihi ve kültürel merkezlere yakındır. Bu yerleri gerek kültür turları gerekse bireysel olarak seyahat eden turistler Şirince'ye mutlaka uğramaktadırlar. Bu bağlamda, Turizm Bakanlığı'nın alternatif turizmi geliştirme ve turizmi 12 aya yayma ile ilgili politikaları Şirince turizmini doğrudan ve dolaylı yoldan etki edecektir.

Ege Bölgesi'ne yönelik artan iç turizm talebi

“Ege Bölgesi'ne yönelik artan iç turizm talebi yöre turizminin gelişimini olumlu yönde etkileyebilir” önermesine, ankete katılan 80 kişi yanıt vermiştir. Katılımcıların %55'i tamamen katılıyorum, %33,2'si katılıyorum, %6,8'i kararsızım, %3,8'i katılmıyorum ve %1,2'si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,63'tür. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %88,2'si Ege Bölgesi'ne yönelik artan iç turizm talebinin Şirince'ye gelecek turist sayısında artış sağlayacağı görüşündedir. Şirince hem dış, hem de iç pazara hitap eden bir köydür. Şirince'ye gelen turistlerin büyük çoğunluğu İzmir kökenlidir. Seyahat Acentaları İzmir

çevresi ve Ege Bölgesi “Kültür Turları” kapsamında Şirince bir uğrak yeridir (Soykan, 2004: 98-99). Araştırma kapsamında gerek yaptığımız görüşmelerde gerekse gözlemlerimizde aile, arkadaş gruplarının bireysel olarak geldiği görülmüştür. Yine özel ve kamu kuruluşları Şirince’ye gezi düzenledikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca bazı restoran sahipleri bazı kamu ve özel kuruluşların yöre de yemek verdiklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda gerek Ege bölgesine turistik amaçlı ziyaretlerin artışı gerekse Ege bölgesine daimi olarak göç dahi olsa Şirince’ye gelen turist sayısında doğrudan artış yaşanacaktır.

Şirince’nin Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakınlığı

Ankete katılan 78 kişiye “Şirince’nin Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakınlığı yöreyi önemli bir turistik çekim merkezi kılmaktadır.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %69,2’si tamamen katılıyorum, %23,10’u katılıyorum, %3,8’i kararsızım, %2,6’sı katılmıyorum ve %1,3’ü hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,44’dür. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %92,3’ü Şirince’nin Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakınlığının yöreyi önemli turistik çekim merkezi kıldığı görüşündedir. Kültür turizmi kapsamında Selçuk’a gelen birçok yerli ve yabancı turist, Efes ören yerini, Meryem Ana Evini ve diğer tarihi inanç merkezleri, müzeleri gezdikten sonra Şirince’ye gelmektedirler (Soykan, 2004: 97). Bu bağlamda, Şirince’nin Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakınlığı Şirince’deki turizmi doğrudan etki etmektedir.

Şirince’nin Kuşadası Limanı ve İzmir Havaalanına yakınlığı

Ankete katılan 78 kişiye “Şirince’nin Kuşadası Limanı ve İzmir Havaalanına yakınlığı yöre turizmi için önemlidir.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %46,8’i tamamen katılıyorum, %39,2’si katılıyorum, %6,3’ü kararsızım, %3,8’i katılmıyorum ve %2,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,72’dır. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %86’sı Şirince’nin Kuşadası Limanı ve İzmir Havaalanı yakınlığı yöre turizmi açısından fırsat oluşturacağı düşüncesindedirler. Ulaşım sisteminin gelişmiş olması bir yöreye turizm açısından öncelik sağlamakta, tanıtımda ve pazarlamada önemli rol oynamaktadır. Şirince, Kuşadası Limanına 28 km. İzmir Havaalanına 64 km. uzaklıktadır (Soykan, 2004: 76). Özellikle Kuşadası Limanına kurvaziyerle gelen turistlere yönelik yapılan günübirlik turlarda Şirince’de program

içine dahil edilmektedir. Günübirlük turlar haricinde yörenin yakın olması dolayısıyla Kuşadası'na gelen birçok turist bireysel olarakta yöreyi ziyaret etmektedir. Şirince erişilebilirlik seçenekleri çok olan bir çekim yeridir. Bu avantaj yörede kırsal turizmin gelişmesi açısından önemli bir fırsattır.

2008 yılı itibariyle KDV oranındaki düşüş

Ankete katılanlara, “2008 Yılı itibariyle KDV oranındaki düşüş Şirince'deki kırsal turizmi canlandırarak kırsal ekonomiye canlılık getirecektir.” önermesi sorulmuş, cevap veren 80 kişinin, %35'i tamamen katılıyorum, %37,5'i katılıyorum, %18,8'i kararsızım, %6,2'si katılmıyorum ve %2,5'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,04'dür. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %72,5'i kdv düşüşünün Şirince'deki turizmi olumlu etki edeceği düşüncesindedir. Kdv oranındaki bu düşüş hem yatırımcıyı, hem çalışanı, hem turisti hem de doğrudan ve dolaylı turizmle bağlantılı tüm işletmeleri ve en önemlisi ekonomimizi olumlu yönde etkileyecektir. Kırsal turizmin gerçekleştiği yöredeki köylülerde kentsel alanlarda yatırım yapan girişimcilere yerel olanaklardan dolayı olarak daha iyi yararlanmalarını sağlayarak kırsal alanlara yatırım yapmaları için teşvik edebilirler (Halдар, 2007: 128). Ülke genelinde turizmde talebin artmasıyla birlikte Şirince'de de talep artışı beklenebilir. Bu bağlamda kdv düşüşün Şirince'deki turizmi de etki edeceği söylenebilir.

Kırsal turizmi geliştirme amaçlı kurulmuş dernek ve kooperatiflerin varlığı

Ankete katılan 80 kişiye “Yörede kırsal turizmi geliştirme amaçlı kurulmuş dernek veya kooperatifler bulunmaktadır.” önermesi sorulmuş, katılanların %35'i tamamen katılıyorum, %28,8'i katılıyorum, %21,2'si kararsızım, %10'u katılmıyorum ve %5'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,21'dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %63,8'i kırsal turizmin geliştirme amaçlı kurulmuş dernek ve kooperatif olduğunu belirtmektedir. Şirince köy halkı 1995 yılında “Şirince'yi Koruma, Kalkındırma ve Güzelleştirme Derneği”ni kurmuştur. Ancak dernek, Avrupa'da kırsal turizmle ilgili derneklerin yaptığı (proje, rezervasyon, promosyon vd.) hiçbirini üstlenmemiştir. Derneğin 2003 yılında işlerliği sona ermiştir (Soykan, 2004: 79). Verilen cevaplarda 2005 yılında kurulan Şirince Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifinin olduğunu belirtmişlerdir. Kooperatif doğrudan kırsal turizmle ilgili olmasa da tarımsal faaliyetlerin kırsal turizm kapsamında değerlendirilmekte köyde üretilen tarımsal ürünlerin büyük çoğunluğu turizmde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda

kooperatifin varlığı Şirince'nin kırsal turizminin gelişimi açısından fırsat oluşturmaktadır. Ayrıca, kırsal turizmle ilgili bir kooperatif oluşturulduğu takdirde turistlerin beklentilerine daha iyi cevap verilerek hizmet kalitesi artırılabilir.

Koruma altına alınan doğal ve tarihi değerler

Ankete katılanlardan “Koruma altına alınan doğal ve tarihi değerler yöre turizminin gelişimini olumlu yönde etkileyebilir” sorusuna, ankete katılan 80 kişi yanıt vermiştir. Katılımcıların %46,2'si tamamen katılıyorum, %43,8'i katılıyorum, %6,2'si kararsızım, %2,5'i katılmıyorum ve %1,2'si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,69'dur. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %90'ı koruma altına alınan doğal ve tarihi değerlerin yöre turizminin gelişimi için bir fırsat olacağı düşüncesindedir. Şirince'nin özgün yerleşim dokusunu ve konutlarını korumak ve yaşatmak üzere ilk kez 1978 yılında Gayrimenkul Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulunca köydeki iki kilise ve ardından 1979 yılında iki ev “Korunması Gerekli Taşınmaz Kültür Varlığı” olarak tescil edilmiştir. Daha sonra Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Yüksek Kurulu tarafından 25.4.1984 gün 387 sayılı kararıyla Şirince “Kentsel Sit Alanı” olarak tanımlanmış, biri ilkokul olmak üzere 88 yapı tescil edilmiştir. Şirince'de halen 1985 yılında onaylanan imar planı yürürlükte (Soykan, 2004: 69). Şirince, kentsel sit alanı olması dolayısıyla yeni yerleşim olmamış bu sayede doğal, kültürel ve tarihi değerler korunmuştur. Bu bağlamda, Şirince koruma altına aldığı doğal ve tarihi değerler sayesinde günümüzde ve gelecekte yöre turizmi için önemli bir fırsata sahiptir.

Restorasyon çalışmalarının artması

Ankete katılan 80 kişiye “Kırsal turizm gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmaları artış gösterecektir.” önermesi sorulmuş, katılanların %40'ı tamamen katılıyorum, %35'i katılıyorum, %11,2'si kararsızım, %8,8'i katılmıyorum ve %5,0'i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,04'dür. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %75'i turizmin gelişmesiyle restorasyon çalışmalarının artacağı düşüncesindedir. Şirince'nin özgün yerleşim dokusunu ve konutlarını korumak ve yaşatmak üzere köy “Kentsel Sit Alanı” olanı olarak tanımlanmış, köydeki iki kilise, ilkokul ve evler “Korunması Gerekenli Taşınmaz Kültür Varlığı” olarak kabul edilmiştir (Soykan, 2004: 69). Günümüzde yöreye gidildiğinde özgün mimarisini korunduğu görülebilir. Köyün şu anki durumunda turizmin rolü büyüktür. Ancak bazı evler

ve kiliseler köyün sit alanı olması nedeniyle onarılmadığından kötü durumda olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda restorasyon olmadığı takdirde yöre için tehdit unsuru olabilir.

Turizm mevsiminin uzaması

Ankete katılan 80 kişiye “Yörede kırsal turizmin gelişmesi turizm mevsimini uzatacaktır.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %26,2’si tamamen katılıyorum, %42,5’i katılıyorum, %13,8’i kararsızım, %11,2’si katılmıyorum ve %6,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,29’dur. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %68,7’si yörede kırsal turizmin gelişmesi turizmin mevsimi uzatacağı düşüncesindedir. Şirince kırsal turizmle bölgede turizm mevsiminin uzamasında rol alırken aynı zamanda diğer tarihi ve kültürel merkezlerine olan talebin yıl geneline yayılmasıyla Şirince’deki turizm mevsim süresi de uzamaktadır.

Turizm yörenin sosyo-kültürel gelişimine olumlu katkılar sağlaması

Turizm yörenin sosyo-kültürel gelişimine olumlu katkı sağlar önermesine 80 kişi cevap vermiştir. Katılımcıların %46,2’si tamamen katılıyorum, %38,5’i katılıyorum, %9’u kararsızım, %5,1’i katılmıyorum ve %1,3’ü hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,77’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %84,7’si yörenin sosyo-kültürel yapısının korunması ve geliştirilmesi açısından turizmin fırsat oluşturacağı düşüncesindedir. Tatillerinde kırsal turizme yer ayıran yerli ve yabancı turistlerin sıcak ilişkiler ve dostluklar kurmak, yerel kültürü tanımak üzere geldikleri düşünüldüğünde sosyal ilişkilerin ne denli önemli olduğu ortaya çıkar. Şirince de yaşayan halk bu önemin farkına vararak kültürlerini korumuşlardır (Soykan, 2004: 77). Bu bağlamda, turizm yörenin sosyo-kültürel gelişimine olumlu katkılar sağlayacağı sonucu çıkarılabilir.

Kadın istihdam olanağı

Ankete katılanlardan “Yörede turizmin gelişmesi, kadın istihdam oranında artış sağlayacaktır.” sorusuna, ankete katılan 80 kişi yanıt vermiştir. Katılımcıların %47,5’i tamamen katılıyorum, %36,2’si katılıyorum, %7,5’i kararsızım, %6,2’si katılmıyorum ve %2,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,80’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %83,7’si yörede turizmin gelişmesi kadın istihdamı attırdığı düşüncesindedir. Şirince köyünde özellikle kadınlar, hemen hemen hepsi kırsal turizmi kapsamında bir uğraşla turizme katılmaktadır. Şirince’deki restoran ve gözleme evlerinde, şarap evlerinde ve pansiyonlarda

yöre kadınlarının çalıştığı görülebilir. Yine köy kadınlarını yörede kurmuş olduğu tezgahlarda el işi örgüler, sabunlar, dekoratif kuru otlar, şifalı otlar, salça, pekmez, giyim ürünleri vb. satarken görebilirsiniz. Bu bağlamda Şirince’de turizm kadınlara büyük çalışma olanağı yaratmıştır. Aynı zamanda kadınların istihdamının Şirince’deki turizmin gelişiminde rolü büyüktür.

Yerel halkın gelirlerinin artması ve kırsal ekonomiye katkı

Ankete katılanlardan “Turizm, Şirince’deki kırsal halkın gelirlerini arttıracaktır.” sorusunu yanıtlayan 80 kişinin, %51,2’si tamamen katılıyorum, %35’i katılıyorum, %7,5’i kararsızım, %3,8’i katılmıyorum ve %2,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,71’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %86,2’si turizmin yöre halkının gelirlerini arttıracacağı düşüncesindedir. Şirince köyü halkı genci, yaşlısı, kadını ve erkeğiyle turizmde aktif rol almaktadırlar. Kadınlar gözleme evlerinde ve tüm aile fertleri pansiyonlarda aile işletmesi şeklinde çalışmaktadırlar. Ayrıca köy halkı hazırlamış olduğu pekmez, salça, erişte, tarhana, zeytin, kuru incir, ceviz, dekoratif kuru otlar ve el işi örgülerini satmaktadırlar. Aynı zamanda köyde turistlere sunulan şaraplarda köyde üretilmektedir. Bu bağlamda turizm kırsal halkın tamamının gelir düzeyini arttırmakta, Şirince’nin kırsal ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Halkın yaşam standardının yükselmesi

“Turizm, Şirince’deki kırsal halkın yaşam standartlarını arttıracaktır.” önermesine ankete katılanlardan 79 kişi cevap vermiştir. Katılımcıların %33,8’i tamamen katılıyorum, %42,5’i katılıyorum, %12,5’i kararsızım, %7,5’i katılmıyorum ve %2,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,02’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %76,3’ü turizmin yörenin yaşam standartlarının arttıracacağı düşüncesindedir. Turizmin geliştiği yörelerde planlı gelişmeyenler hariç alt yapı ve üst yapı olanaklarının daha hızlı geliştiği ve daha iyi durumda oldukları söylenebilir. Bu bağlamda, Şirince’de turizmin var olması dolayısıyla yöreye yapılan hizmetler daha iyi olacağında yöre halkının da yaşam standardı artacaktır. Yaşam standardının artması yörede yaşam olanaklarının iyileştireceğinden hem yöre halkı için hem de turist için fırsat yaratmaktadır.

3.2.1.3.2. Şirince’de Kırsal Turizm Açısından Sahip Olunan Tehdit

Unsurları

Uluslararası siyasi belirsizlikler

“Uluslararası siyasi ilişkilerin bozulması yörede kırsal turizmi olumsuz etkileyebilir” önermesine anketi yanıtlayan 79 kişiden %10’u tamamen katılıyorum, %18,8’i katılıyorum, %13,8’i kararsızım, %31,2’si katılmıyorum ve %26,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,45’dir. Dünya çapında yaşanan 11 Eylül saldırıları, ABD müttefiklerinin Afganistan ve Irak’a saldırı sonrasında genel olarak turist sayısında azalmadan çok, turizm talebinin yönünde önemli değişiklik olmuştur (Sarkım, 2007: 167). Türkiye, bulunduğu jeostratejik konumu itibariyle bölgede barışçıl politika izlemektedir. Türkiye savaş haricinde diğer ülkelerle azda olsa siyasi gerginlik yaşansa da bunun turist sayısında etki etmediği gelen turist sayısı istatistiklerine bakıldığında görülebilir. Bu bağlamda, Şirince’nin kırsal turizm talebi açısından bu unsur çok az düzeyde bir tehdittir.

Terörist faaliyetler

“Terörist faaliyetler yöre turizmini olumsuz yönde etkileyebilir.” önermesini anketi yanıtlayan 79 kişiden %48,1’i tamamen katılıyorum, %35,4’ü katılıyorum, %7,6’sı kararsızım, %5,1’i katılmıyorum ve %2,5’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,75’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %83,5’i yaşanacak terörist faaliyetlerin yöre turizmi için tehdit unsuru olacağı görüşündedir. Terörist faaliyetler turizmi olumsuz yönde etkilemektedir. Türkiye’nin Doğu bölgelerinde turizmin gelişmemesinin en önemli nedeni terörist faaliyetlerdir (Gökçe, 2006: 75). Bu bağlamda, yörede oluşan veya oluşabilecek terörist faaliyetleri yöre turizminin gelişimini tehdit edeceği söylenebilir.

Sürdürülebilir turizm gelişiminin uygulanmayışı

Ankete katılanlara, “Sürdürülebilir turizm gelişiminin uygulanmayışı yöre turizmi için bir tehdit olabilir” önermesi sorulmuş, cevap veren 80 kişinin, %15’i tamamen katılıyorum, %17,5’i katılıyorum, %16,2’si kararsızım, %23,8’i katılmıyorum ve %27’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,31’dir. Yüzdelere bakıldığında birbirine yakın olduğu görülebilir. Bunun nedeni, aslında Şirince sit alanı ilan edildiğinden tarihi ve kültürel varlıklarını, imar yapısını korumuştur. Ancak yapılan görüşmelerde köyün sit alanı olması

nedeniyle evlerin birçoğunun onarılamadığı bu yüzden çökmeye yüz tuttuklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda araştırma aşamasında kiliselerin de bakımsız olduğu gözlemlenmiştir. Yöre, restorasyona ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda, yöre kaynaklarının sürdürülebilirlik tehdidinin az da olsa mevcut olduğu söylenebilir.

Doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski

Ankete katılan 80 kişiye “Gelecekte doğal kaynakların ve bozulmamış çevrenin tahrip olma riski vardır.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %16,2’si tamamen katılıyorum, %13,8’i katılıyorum, %11,2’si kararsızım, %25’i katılmıyorum ve %33,8’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,46’dır. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde toplam katılımcıların %58,8’i yörenin doğal kaynaklarının ve çevrenin tahrip olma riskinin olmadığını savunmuşlardır. Şirince’nin doğal kaynakları ve çevre güzellikleri günümüze kadar korunmuştur. Ancak turizmin hızlı gelişmesine ayak uyduramayan birçok çekimyerinin doğal ve çevresel değerleri büyük zarar görmüştür. Şirince’de de kırsal turizmin planlı gelişmediği taktirde çevrenin tahrip olma riski az da olsa vardır. Yörenin sahip olduğu doğal ve çevresel güzellikler yöreye turist çeken en önemli etmenlerden biri olduğundan planlı gelişmeye dikkat edilmesi gerekir.

Yeniden yapılanma nedeniyle ortaya çıkabilecek imar sorunları

Ankete katılanlardan “Yörede yeniden yapılanma nedeniyle ortaya çıkabilecek imar sorunları turizmi olumsuz yönde etkileyebilir.” önermesine 79 kişi yanıt vermiştir. Katılımcıların %51,2’si tamamen katılıyorum, %31,2’si katılıyorum, %7,5’i kararsızım, %6,2’si katılmıyorum ve %3,8’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,80’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %82,4’ü yeniden yapılanma nedeniyle ortaya çıkabilecek imar sorunlarının kırsal turizm açısından tehdit oluşturacağı düşüncesindedir. Şirince’nin en büyük özelliği mimari yapısını korumasıdır. Köyün bu özelliğini korumak üzere sit alanı ilan edilmiş ve günümüze kadar bu değerini korumuştur. Ancak, köyün sit alanı olması nedeniyle onarım yapılamadığından birçok ev kötü durumdadır. Şirince’nin turistik arz kapasitesini düşünüldüğünde mevcut turistik talebi karşılamayabilir. Bu gibi durumlarda olabilecek yeni yapılanmalar köyün imar yapısını bozacaktır. İmar sorunu yörede kırsal turizm açısından önemli bir tehdit unsurudur.

Köyden kente göç

“Turizm sayesinde köyden kente göç önlenecektir.” önermesini yanıtlayan 80 kişiden %22,5’i tamamen katılıyorum, %31,2’si katılıyorum, %12,5’i kararsızım, %18,8’i katılmıyorum ve %13,8’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 2,66’dır. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %53,7’si turizmin köyden kente göçü engellemeyeceği düşüncesindedir. Şirince’de turizm yeni iş olanakları yarattığından, yaşam koşullarının iyileşmesi ve gelir seviyelerinin yükselttiğinden göçü önlediği söylenebilir. Ancak köyün sit alanı olması nedeniyle köyün genç nüfusu yeni ev yapılamadığından zorunlu olarak göç etme durumunda kalmaktadır. Aynı zamanda yöre halkı evlerini onarmada zorluk çekmektedir. Yöre halkı, köyün sit alanı olmasından dolayı onarım yapılamadığından birçok evin yıkıldığını ve çoğununda onarıma ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. Yeni ev yapımına izin verilmediğinden yerel halkın zorunlu olarak köyden göç etmesi yöre turizminin geleceği açısından önemli bir tehdit unsurudur.

Enflasyonist etki

Ankete katılanlardan “Turizmin gelişmesi yörede enflasyonist etkiye neden olacaktır.” önermesini 79 kişi yanıtlamış, katılımcıların %40,5’i tamamen katılıyorum, %41,8’i katılıyorum, %7,6’sı kararsızım, %6,3’ü katılmıyorum ve %3,8’i hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 1,91’dir. Tamamen katılıyorum ile katılıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde, toplam katılımcıların %82,3’ü turizmin gelişmesinin yörede enflasyonist etki yaratacağı düşüncesindedir. Enflasyonla ilgili yerel halk ve işletme sahipleriyle yapılan görüşmelerde en fazla ev ve dükkân kiralalarının artmasından bahsedilmektedir.

Altyapı, Üstyapı, Sağlık ve Eğitim vb. konularda yetersiz finansal kaynak aktarımı

Ankete katılan 80 kişiye “Yöre altyapı, üstyapı, sağlık, eğitim gibi olanaklarının geliştirilmesi için yeterli finansal kaynak aktarılmaktadır.” önermesi sorulmuş, katılımcıların %10’u tamamen katılıyorum, %11,2’si katılıyorum, %25’i kararsızım, %22,5’i katılmıyorum ve %31,2’si hiç katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Ortalama (mean) ise 3,54’dür. Katılmıyorum ile hiç katılmıyorum oranlarını birlikte değerlendirdiğimizde toplam katılımcıların %53,7’si yöreye altyapı, üstyapı, sağlık ve eğitim vb. konularda finansal kaynak aktarımının yetersiz olduğu düşüncesindedir. Kırsal turizmi gelişimi açısından finansal kaynak yetersizliği yöre turizmi gelişimi açısından tehdit olabileceği söylenebilir.

Tablo.3.7. Kamu ve Özel Kuruluşlar Şirince'nin Turizm Gelişiminde Dışsal Faktörlerin Analizi

Dışsal Faktörler	Kişi Sayısı	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Kararsız	Katılmıyor	Hiç Katılmıyor	Ortalama (Mean)	Ortanca (Medyan)	St. Sapma
Fırsatlar	N	%	%	%	%	%			
Dünya turizm hareketlerindeki değişimler (kırsal turizm türüne yöneliş) yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.	80	43,8	42,5	6,2	5,0	2,5	1,80	2,00	0,947
Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girmesi yörede kırsal turizmi olumlu yönde etkileyebilir.	80	36,2	33,8	15,0	8,8	6,2	2,15	2,00	1,192
Turizm Bakanlığı'nın 12 aya yayma ve alternatif turizmi geliştirme politikaları yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.	80	46,2	40,0	10,0	2,5	1,2	1,73	2,00	0,842
Ege Bölgesine yönelik artan iç turizm talebi yörede kırsal turizmi olumlu yönde etkileyebilir.	80	55,0	33,2	6,8	3,8	1,2	1,63	1,00	0,862
Şirince'nin Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakınlığı yöreyi önemli bir turistik çekim merkezi kılmaktadır.	78	69,2	23,1	3,8	2,6	1,3	1,44	1,00	0,799
Şirince'nin Kuşadası Limanı ve İzmir Havaalanına yakınlığı yöre turizmi için önemlidir.	79	46,8	39,2	6,3	3,8	2,5	1,72	2,00	0,946
2008 Yılı itibariyle KDV oranındaki düşüş Şirince'deki kırsal turizmi canlandırarak kırsal ekonomiye canlılık getirecektir.	80	35,0	37,5	18,8	6,2	2,5	2,04	2,00	1,012
Yörede kırsal turizmi geliştirme amaçlı kurulmuş dernek veya kooperatifler bulunmaktadır.(Lütfen belirtiniz.....)	80	35,0	28,8	21,2	10,0	5,0	2,21	2,00	1,177
Koruma altına alınan doğal ve tarihi değerler yöre turizmini olumlu yönde etkiler.	80	46,2	43,8	6,2	2,5	1,2	1,69	2,00	0,805
Kırsal turizm gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmaları artış gösterecektir.	80	40,0	35,0	11,2	8,8	5,0	2,04	2,00	1,152
Yörede kırsal turizmin gelişmesi turizm mevsimini uzatacaktır.	80	26,2	42,5	13,8	11,2	6,2	2,29	2,00	1,160
Turizm, Şirince'nin sosyo-kültürel gelişimine olumlu katkı sağlar.	78	46,2	38,5	9,0	5,1	1,3	1,77	2,00	0,911
Yörede turizmin gelişmesi, kadın istihdam oranında artış sağlayacaktır.	80	47,5	36,2	7,5	6,2	2,5	1,80	2,00	0,999
Turizm, Şirince'deki kırsal halkın gelirlerini arttıracaktır.	80	51,2	35,0	7,5	3,8	2,5	1,71	1,00	0,944
Turizm, Şirince'deki kırsal halkın yaşam standartlarını arttıracaktır.	79	33,8	42,5	12,5	7,5	2,5	2,02	2,00	1,006
Tehditler	N	%	%	%	%	%	Ort	Med.	S.S
Uluslararası siyasi belirsizlikler yörenin turistik gelişimini engelleyebilir.	80	10,0	18,8	13,8	31,2	26,2	3,45	4,00	1,330

Terörist faaliyetler yöre turizmini olumsuz yönde etkileyebilir.	79	48,1	35,4	7,6	5,1	2,5	1,75	2,00	0,993
Sürdürülebilir turizm gelişiminin uygulanmayışı yöre turizmi için bir tehdit olabilir.	80	15,0	17,5	16,2	23,8	27,5	3,31	4,00	1,428
Gelecekte doğal kaynakların ve bozulmamış çevrenin tahrip olma riski vardır.	80	16,2	13,8	11,2	25,0	33,8	3,46	4,00	1,484
Yörede yeniden yapılanma nedeniyle ortaya çıkabilecek imar sorunları turizmi olumsuz yönde etkileyebilir.	80	51,2	31,2	7,5	6,2	3,8	1,80	1,00	1,072
Turizm sayesinde köyden kente göç önlenecektir.	80	22,5	31,2	12,5	18,8	13,8	2,66	2,00	1,405
Turizmin gelişmesi yörede enflasyonist etkiye neden olacaktır.	79	40,5	41,8	7,6	6,3	3,8	1,91	2,00	1,040
Yöreye altyapı, üstyapı, sağlık, eğitim gibi olanaklarının geliştirilmesi için yeterli finansal kaynak aktarılmaktadır.	80	10,0	11,2	25,0	22,5	31,2	3,54	4,00	1,312

3.2.2. Yöre Halkına Yönelik Anket Sonuçları

Yöre halkına yönelik yapılan anket çalışmalarında; yerel halkın profilinin (yaş, cinsiyet, eğitim özellikleri vb.) belirlenmesi, yerel halkın kırsal turizm hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi, kırsal turizmden beklentilerinin ve kırsal turizme katkılarının ortaya konulması hedeflenmiştir. Ankette 4 demografik ve yerel halkın kırsal turizm hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi, kırsal turizmden beklentilerinin ve kırsal turizme katkılarının ortaya konulmasına yönelik 9 soru sorulmuştur ve her soruya diğer seçeneği eklenerek ankette eksik kalabilecek yönlerin giderilmesi hedeflenmiştir. Örneklem belirlenirken yörenin yaklaşık nüfusu olarak belirtilen 534 kişiden %15 “basit tesadüfi örneklem yöntemi” ile sistematik olarak seçilen 80 kişiye anket soruları yöneltilmiştir. Bireylere yöneltilen sorularda; uygun buldukları birden fazla seçeneği işaretlemeleri konusunda serbest bırakılmıştır.

3.2.2.1. Demografik Faktörler

Ankete katılan bireylerin %61,3’ü erkek, %38,8’i ise kadınlardan oluşmaktadır. Şirince’de yöre halkı özellikle bayanlar olmak üzere yerli veya yabancı turistleri ağırlamakta çok istekli ve ilgili davranmaktadırlar. Yapılan anket uygulamalarında da ankete katılmada gönüllü olduklarından istenilen bayan katılım oranı sağlanmıştır.

Tablo.3.8. Yöre Halkı-Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Kişi (n)	%
Erkek	49	61,3
Kadın	31	38,8
Toplam	80	100,0

Ankete katılanların medeni durumlarına göre değerlendirildiğinde %82,5'i evli, %17,5'i bekar. Ankete katılanlardan evli oranının yüksek çıkmasının nedeni; yörenin sit alanı olması nedeniyle ev olmadığından evlenme çağına gelenlerin büyük çoğunluğu Selçuk'a veya İzmir'e göç etmek durumunda kalmasıdır. Bu bağlamda, Şirince'nin genç nüfusu az olmakla birlikte ankete katılanların büyük çoğunluğu oranın yerlisi olan yetişkin ve yaşlı nüfustur.

Tablo.3.9. Yöre Halkı-Katılanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Medeni Durum	Kişi (n)	%
Bekar	14	17,5
Evli	66	82,5
Toplam	80	100,0

Ankete katılanlar yaş durumlarına göre değerlendirildiğinde; 18-24 yaş arası %10, 25-34 yaş arası %17,5, 35-44 yaş arası %35, 45-54 yaş arası %21,3, 55-64 yaş arası %12,5 ve 65 ve üzeri yaş %3'tür. Şirince'nin genç nüfusu köyün sit alanı olması nedeniyle yeni ev yapımına müsaade edilmediğinden evlenme çağına geldiklerinde göç etmek zorunda kalmaktadır. Köy genellikle orta yaş ve yaşlı nüfustan oluşmaktadır. Bu bağlamda ankete katılanların yaş düzeylerinin 35-44 yaş arası yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo.3.10. Yöre Halkı- Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

Yaş Düzeyi	Kişi (n)	%
18-24 arası	8	10,0
25-34 arası	14	17,5
35-44 arası	28	35,0
45-54 arası	17	21,3
55-64 arası	10	12,5
65 ve üzeri	3	3,8
Toplam	80	96,25

Eğitim durumu göz önüne alındığında katılanların %6,3'ü üniversite, %21,3'ü lise, %61,3'ü ilköğretim mezunu ve %11,3'ü okuryazardır. Şirince köyü nüfusunun %78,2'sini okuryazar ve ilköğretim mezunları oluşturmaktadır (Soykan, 2004: 66). Anketi yanıtlayanlarında %72,5'i oranında bu grup içinde yer alması köy halkının temsil gücünü yükseltmektedir. Anketi yanıtlayanlar arasında okuma yazma bilmeyen bulunmamaktadır.

Tablo.3.11. Yöre Halkı-Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Kişi (n)	%
Okur-yazar	9	11,3
İlköğretim	49	61,3
Lise	17	21,3
Üniversite	5	6,3
Toplam	80	100

Meslek grupları dikkate alındığında, anketi cevaplayanların %41,3'ü çiftçiliğin yanında turistlere tarımsal ürün sattıklarını, %25'i ev hanımı olduklarını ancak tarımsal ürünleri ve el işi örgüleri sattıklarını, %17'si yörede faaliyet gösteren işletmede çalıştıklarını, %8,8'i ev hanımı olduklarını, %6,3'ü sadece çiftçilikle uğraştıklarını belirtmişlerdir. Genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların %85'i turizmle uğraşmaktadır.

Tablo.3.12. Yöre Halkı- Katılanların Meslek Durumlarına Göre Dağılımı

Meslek Durumu	Kişi (n)	%
Çiftçi+Turizm	31	38,8
Ev Hanımı+Turizm	20	25,0
Esnaf-Ticaret (Turizm)	17	21,3
Ev Hanımı	7	8,8
Çiftçi	5	6,3
Toplam	80	100

3.2.2.2. Yöre Halkının Yörenin Kırsal Turizmiyle İlgili Görüş ve Beklentileri

Tablo.3.13'e göre, anketi cevaplayanların çalışma alanının doğal ve kültürel değerlerine yönelik olarak özgün buldukları özelliklerin dağılımı incelendiğinde, ankete katılan bireylerin %95'i köye özgü özelliklerin başında geleneksel mimari ve kırsal dokunun geldiğini düşünmektedir. Köyü özgü olarak değerlendirilen diğer önemli bir özelliğinde şarapçılıktır (%92,5). Şarapçılığı, %85 ile yöresel yemekler, %71,3 ile tarihsel ve kültürel değerler, %57,5 ile geleneksel el işleri, %41,3 ile tarımsal yapı ve yöresel ürünler, %31,3 ile bitki örtüsü takip etmektedir.

Tablo.3.13. Yöre Halkı- Katılanların Şirince'ye Özgü Buldukları Özellikler

Köye Özgü Bulunan Özellikler	Kişi (n)	%
Geleneksel mimarisiyle kırsal doku (tarihi evler, sokaklar vb.)	76	95,0
Şarapçılık	74	92,5
Yöresel yemekler	68	85,0
Tarihsel ve kültürel değerler	57	71,3
Geleneksel el işleri	46	57,5
Tarımsal yapı ve yöresel ürünler (meyve-sebze, bağ-bahçe vb.)	33	41,3
Bitki örtüsü	25	31,3

Yerel halka göre köyde görülen en önemli sorunların dağılımına bakıldığında %93,8 ile köyden kente göç ve %90 ile genç iş gücünün yok denecek kadar az olması en önemli iki sorundur. Bu sorunlar birbiriyle ilişkili olduğu söylenebilir. Köyün sit alanı olması nedeniyle evlilik çağına gelen genç nüfus zorunlu olarak köyden göç etmek zorunda kalmaktadır. Buna bağlantılı olarak köyde çalışabilecek orta yaş ve yaşlı insanlar kaldığından köyde çalışabilecek genç nüfus bulunmamaktadır. Köyün diğer sorunları yüzde dağılımına göre %77,5 alt yapı yetersizliği, %67,5 ekonomik güçlükler, %60 işsizlik, %57,5 üst yapı yetersizliği, %42,5 yatırımların yetersiz olması ve %27,5 finansal destek yetersizliğidir.

Tablo.3.14. Yöre Halkı- Katılanların Şirince’de Gördükleri En Önemli Sorunların Dağılımı

Köyün Sorunları	Kişi (n)	%
Köyden kente göç	75	93,8
Genç iş gücünün yok denecek kadar az olması	72	90,0
Alt yapı yetersizliği (elektrik, su, telefon, kanalizasyon vb.)	62	77,5
Ekonomik güçlükler	54	67,5
İşsizlik	48	60,0
Üst yapı yetersizliği (Konaklama, Yeme-İçme, Sağlık ve Eğitim Hizm.. Vb.)	46	57,5
Yatırımların yetersiz olması	34	42,5
Finansal desteğin yetersiz olması	22	27,5

Aileden göç edenlerin köye tekrar geliş nedenlerine bakıldığında ise ankete katılan bireylerin % 77,5’i akraba ziyaretine geldikleri yanıtını vermişlerdir. Anketi yanıtlayanların %42,5’i turistik işletmede çalışmaya ve %23,8’i köyde iş yerini açmaya yanıtını vermesi yörede kırsal turizmin yarattığı etkinin sonucudur.

Tablo.3.15. Yöre Halkı- Katılanların Ailesinden Göç Edenlerin Tekrar Şirince’ye Dönüş Nedenleri

Göç Edenlerin Köye Tekrar Dönüş Nedenleri	Kişi (n)	%
Akraba ziyaretine	62	77,5
Turistik bir işletmede çalışmaya	34	42,5
Tarım işlerinde çalışmaya	22	27,5
Köyde işyerini açmaya	19	23,8
Kışlık erzak hazırlamaya ve almaya	16	20,0
Köydeki evlerini hafta sonu ve yazın kullanmaya	9	11,3

Ankete katılanların Şirince’de turizmin gelişmesinin yörede yaratacağı değişikliklere ilişkin vermiş oldukları yanıtlarda %92,5 ile yöre halkının gelir düzeyi artacağı ve %87,5 ile köyün daha iyi kalkınacağı düşüncesindedirler. Daha sonra %85 ile tarımsal üretimi artırarak yöre halkı için alternatif gelir kaynağı olacağı önermesini tercih etmişlerdir. Şirince’de köy halkı genci, yaşlısı, kadını ve erkeği turizmde aktiftirler. Köy halkı gözleme evlerinde, şarap

evlerinde, restoranlarda, kendi tezgahlarında, hediyelik eşya dükkanlarında çalışma imkanı bulabilmektedirler. Bu bağlamda yörede kırsal turizmin varlığı köy halkın gelirlerine doğrudan etki etmektedir. Ankete katılanların değerlendirmelerinde yörede kırsal turizmin gelişmesiyle %72,5 ile çevre koruma bilincinin artarak doğal kaynakların korunacağı ve %65 ile tarihsel ve kültürel değerlerin korunacağını düşünmüşlerdir. Şirince'nin kentsel sit alanı olması nedeniyle doğal güzelliği, tarihi ve kültürel değerleri korunmuştur. Şirince köyünün doğal, tarihi ve kültürel zenginliği kırsal turizmin varlık nedenidir. Kırsal turizmin yörede alt yapıyı ve üst yapıyı geliştirdiğini köye gidildiğinde kolayca görülebilir. Yöre halkının turizmin köyde yarattığı değişikliklere verdiği diğer yanıtlarda %57,5 ile üst yapı olanaklarının gelişeceği ve %52,5 ile alt yapı olanaklarını gelişeceği düşüncesindedirler. Bu yanıtların yüzdesel olarak biraz düşük olmasının nedeni yöre halkının şu anki üstyapı ve alt yapı durumunu yetersiz görmesine bağlanabilir. Yine sonuçlarda görüleceği üzere köyde kırsal turizmin gelişmesiyle genç iş gücü yeniden köye kazandırılır önermesinde verilen yanıt oranının (%22,5) düşük olduğu görülebilir. Köyde genç nüfus ev olmadığından zorunlu olarak göç ettiklerinden genç nüfusun göç etmesi çok fazla önlenememektedir.

Tablo.3.16. Yöre Halkı-Katılanların Turizmin Yörede Yarattığı Değişikliklere İlişkin Değerlendirmeleri

Turizmin Yörede Yarattığı Değişiklikler	Kişi (n)	%
Yöre halkının gelir düzeyi yükselir	74	92,5
Köy daha iyi kalkınır	70	87,5
Tarımsal üretimi artırarak yöre halkı için alternatif bir gelir kaynağı olur	68	85,0
Çevreyi koruma bilinci artarak doğal kaynakların kirlenmesi önlenir	58	72,5
Tarihsel ve kültürel değerlerin korunmasını sağlar	52	65,0
Üst yapı olanaklarının gelişmesine olanak yaratır	46	57,5
Alt yapı olanaklarının gelişmesine olanak yaratır	42	52,5
Yeni iş alanları yaratır	32	40,0
Genç iş gücünü yeniden köye kazandırılır	18	22,5
Yatırımların artmasını sağlar	18	22,5
Finansal desteğin artmasını sağlar	16	20,0

Ankete katılanların Şirince'de turizm yönelik olarak yapılabilecek aktivitelere ilişkin verdiği yanıtlarda %90 ile turistlerin sebze ve meyveleri kendilerinin toplamalarına olanak sağlayan bahçe gezileri yer almaktadır. Daha sonra %87,5 ile geleneksel mimariye sahip evlerde ziyaret ve konaklama, %81,3 ile turistik faaliyetler, %71,3 ile festivaller, %52,5 ile el sanatları sergileri yer almaktadır. Şirince'ye gelen yerli ve yabancı turistlerin çoğunluğu kültür turlarıyla gelmekte ve tarihi ve kültürel yerleri gördükten sonra ziyaretlerini

sonlandırmaktadırlar. Bireysel olarak gelenler ise genellikle akraba ve arkadaşlarıyla bir araya gelerek hediyelik eşya ve yemek yemek yedikten sonra ziyaretlerini tamamlamaktadırlar. Bu bağlamda kırsal turizmi geliştirmek adına yeni turistik aktivitelere ihtiyaç vardır. Yerel halkın turistlerin sebze ve meyvelerin kendilerinin toplamalarına olanak sağlayan bahçe gezilerine vermiş oldukları yanıt turistlerin tarımsal üretimi katılmalarında istekli olduklarını göstermektedir. Bu gibi turistik aktiviteler Avrupa'nın kırsal turizmin açısından gelişmiş birçok ülkesinde örnekleri mevcuttur. Şirince'de pansiyonculuk evlerin pansiyonlara dönüştürülmesiyle olmuştur. Şirince, konaklama açısından günümüzde yeterli kapasiteye sahiptir. Ancak gelen turistlerin günübirlik ziyaret ettiklerini düşündüğümüzde bazı evlerin kültür evi olarak kullanıma açılıp tarihi olarak dizayn edilmesi ve ziyarete açılması turistler açısından yeni bir çekicilik yaratacaktır. Şirince'de bağ bozumu şenliği ve Selçuk'ta deve güreşleri festivali, kurtuluş şenlikleri ve kültür, sanat etkinlikleri olmak üzere birçok festival ve şenlik düzenlenmekte ve çok sayıda turist çekilmektedir. Özellikle, Şirince'ye yönelik festival ve şenliklerin artırılması yöreye gelen turist sayısını arttıracaktır. Şirince'ye özgü el sanatı olmamasına karşın köy kadınlarının yapmış oldukları el işleri büyük beğeni topladığı için, özellikle tığ ve şiş örgüleri büyük rağbet görmektedir. Bu el işlerinde köye özgü motifler ve desenler kullanılarak Şirince'ye özgü el sanatları yaratılabilir. Bu el işi örgülerin sergilendiği çok sayıda tezgah olmasının yanında bunlara ilişkin belirli bir gün tayin edilerek şenlik havasında sergi günlerinin yapılması yine turistik çekicilik yaratacaktır.

Tablo.3.17.Yöre Halkı-Katılanların Şirince'de Turizme Yönelik Ne Tür Aktiviteler Yapılabileceğine İlişkin Değerlendirmeleri

Turizme Yönelik Yapılabilecek Aktiviteler	Kişi (n)	%
Turistlerin sebze ve meyveleri kendilerinin toplamalarına olanak sağlayan bahçe gezileri	72	90,0
Geleneksel mimariye sahip evlerde ziyaret ve konaklama	70	87,5
Turistik faaliyetler (Doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, trekking vb) düzenlenebilir	65	81,3
Festivaller organize edilebilir	57	71,3
El sanatları sergileri düzenlenebilir	42	52,5

Ankete katılanların turizm konusundaki çalışmalara ne tür destek verebilecekleri konusundaki önermelerden %78,8 ile en fazla geleneksel tarım ürünleri ve yemek çeşitlerinin turizmde kullanılmasını sağlayabilecekleri belirtmişlerdir. Şirince'de yerel halk günümüzde en fazla pekmez, salça, sabun, dekoratif kuru otlar vb. tarımsal ürünlerin satışı ve restoran ve gözleme evlerinde yemeklerin sunumuyla hizmet vermektedirler. Bu önermenin en fazla çıkmasının nedeni olarak gösterilebilir. Arazinin bir bölümünü tarımsal faaliyet yapmak

isteyen ziyaretçilerin kullanımına sunarım diyenlerin oranı %43,8'dir. Avrupa'da kırsal turizm açısından gelişmiş birçok ülke bu faaliyeti turistlerin kullanımına sürerken Şirince'de kırsal turizm genellikle kültür turları kapsamında tarihsel ve kültürel yerleri gezmekle sınırlı kalmaktadır. Bu faaliyetin turizme kazandırılması yeni bir turistik çekicilik yaratabilir. Ankete katılanların evlerini konaklama amacına yönelik olarak turizme kazandırılmasında istekli olanlar %36,3'tür. Şirince'nin sit alanı olması nedeniyle konaklama turistik arz kapasitesi sınırlıdır. Yöredeki arz kapasitesinin artırılması ancak mevcut evlerin dönüştürülmesiyle karşılanabilir. Bu bağlamda köy halkının bu konudaki isteklilikleri önemlidir. Yörede el işleri ve yerel ekonomi ürünlerinin sunulduğu tezgah sayısı 50'ye yakındır. Ankete katılanların %32,5'i el işleri yaparak turizme katılabileceklerini belirtmişlerdir. Bu oranın düşük çıkmasının genellikle kadının el işleri ürünlerini sergilemesi ve kadın katılım oranının daha az olmasından kaynaklanmaktadır. Ankete katılanların %30'u yöreye gelen turistlere servis ve rehberlik hizmeti vererek turizmde aktif rol alabileceklerini belirtmişlerdir.

Tablo.3.18.Yöre Halkı- Katılanların Turizm Konusundaki Çalışmalara Destek Verebilecekleri Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri

Yöre Halkının Turizm Konusunda Yapabilecekleri Faaliyetler	Kişi (n)	%
Geleneksel tarım ürünleri ve yemek çeşitlerinin turizmde kullanılmasını sağlarım	63	78,8
Arazinin bir bölümünü tarımsal faaliyet yapmak isteyen ziyaretçilerin kullanımına sunarım	35	43,8
Geleneksel mimari dokunun konaklama amacına yönelik olarak turizme kazandırılmasına yardımcı olurum	29	36,3
El işleri yaparak turistlere sunulmasını sağlayabilirim.	26	32,5
Gelen ziyaretçilere servis ve rehberlik hizmeti vererek turizmde aktif rol alabilirim.	24	30,0

Ankete katılanların, göç edenlerin turizm konusundaki çalışmalara ne tür destek verebilecekleri konusundaki önermelerden %72,5 ile en fazla yöresel yemek çeşitlerinin turistlere sunulmasını sağlayabileceklerini belirtmişlerdir. Bunu %35 oranla gelen ziyaretçilere servis ve rehberlik hizmetleri, %27,5 ile el işleri ve %6,3 ile pansiyonculuk hizmetleri takip etmektedir. Şirince'deki yöresel halk en fazla yöresel yemeklerin gözleme evleri ve restoranlarda sunumuyla katıldıklarından göç edenlerinde en fazla bu faaliyetleri gerçekleştirerek turizme katkı sağlayabilecekleri düşüncesinde oldukları söylenebilir. En

düşük oranı ise pansiyonculuk hizmetlerine destek vermeleri almıştır. Bunun nedeni ise göç edenlerin büyük çoğunluğunun zaten ev olması nedeniyle göç etmesidir.

Tablo.3.19. Yöre Halkı-Katılımcıların Göç Edenlerin Turizm Konusunda Çalışmalara Destek Verebilecekleri Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri

Turizm Konusundaki Göç Edenlerin Yapabilecekleri Faaliyetler	Kişi (n)	%
Yöresel yemek çeşitlerinin turistlere sunulmasını sağlayabilirler	58	72,5
Gelen ziyaretçilere servis ve rehberlik hizmeti verebilirler	28	35,0
El işleri yaparak turistlere sunulmasını sağlayabilirler	22	27,5
Fikrim yok	8	10,0
Pansiyonculuk hizmetinde bulunabilirler	5	6,3

Ankete katılanların turizminin gelişmesi için yapılması gerektiği düşündüğü üç önemli faaliyet; tanıtıma ağırlık verilmesi (%88,8), restorasyon çalışmalarının arttırılması (%83,8) ve yöre halkına ve yörede çalışanlara yönelik turizm eğitim programı hazırlanmasıdır (%77,5). Şirince'nin tanıtımıyla ilgili olarak birçok yerli ve yabancı dergide ve gazetede, dizilerde, turistik yayınlarda Şirince'yle ilgili yayın yer almaktadır. Ancak, Şirince tanıtımıyla ilgili olarak yöredeki şarap evleri ve pansiyon işletmelerinin bastırmış olduğu tanıtım kitapçığı olsa da yöre tanıtımıyla ilgili Şirince'ye özgü bastırılan bir kitap veya CD bulunmamaktadır. Ayrıca Şirince'nin bağlı olduğu Selçuk ilçesinde bilmeyenler açısından Şirince'yle ilgili bir reklam tabelası maalesef yoktur. Bu bağlamda Şirince'nin tanıtıma ağırlık verilmesi gerektiği açıktır. Restorasyonla ilgili olarak, Şirince'nin özgün yerleşim dokusunu ve konutlarını korumak ve yaşatmak üzere köy "Kentsel Sit Alanı" olanı olarak tanımlanmış, köydeki iki kilise, ilkokul ve evler "Korunması Gerekenli Taşınmaz Kültür Varlığı" olarak kabul edilmiş, köy günümüze kadar korunmuştur. Ancak, köyün sit alanı olması nedeniyle birçok ev ve kiliseler onarım yapılamadığından restorasyona ihtiyaç duymaktadır. İşletme çalışanları ve yerel halk turistlerle kişisel ilişkiler kuran ve hizmet sunan kişilerdir. Bu bağlamda işletme çalışanlarına ve yöre halkına yönelik yabancı dil, misafir ilişkileri, kalite iyileştirme vb. kurslar sayesinde turistlere daha kaliteli hizmet sunulabilir.

Ankete katılanların turizmin gelişmesi için yapılması gerektiği düşündüğü diğer faaliyetlere bakıldığında; katılımcıların %54'ü seyahat acenteleri ile ortak çalışarak turistlerin yörede konaklamanın arttırılması gerektiğini düşünmektedir. Yöreye gelen turistler genellikle kültür turlarıyla geldiklerinden konaklama yapmamaktadırlar. Turistlerin yörede konaklamaları arttırılarak yörede kırsal turizmin gelişmesi sağlanabilir. Ankete katılanların %61,3'ü hizmet kalitesinin yükseltilmesi gerektiğini düşünmektedir. Yörede hizmet

kalitesinin yükseltilmesiyle müşteri bağlılığı artarak tekrarlanan müşteri sayısı ve elde edilen gelir artacaktır. Ankete katılanların %57,5'i turizmi organize edecek dernek kurulması gerektiğini düşünmektedir. Böyle bir derneğin kurulmasıyla özel işletmeler arasında koordinasyon sağlayarak müşteri beklentilerine daha iyi cevap verebilme, hizmet kalitesini yükseltme, turizmle ilgili sorunlara çözüm bulma vb. konularında daha etkin çözüm üretilebilir. Ankete katılanların %52,5'i yörede yapılan şenlik festivallerin arttırılması gerektiğini düşünmektedir. Yörede yapılan şenlikler önemli turistik potansiyel yaratmaktadır. Bu şenlik ve festivalleri arttırılması yöreye olan talebi arttıracaktır. Anketi cevaplayanların %43,8'i özel işletmeler ile kamu idarelerinin turizm geliştirme konusunda koordinasyon sağlanması gerektiğini düşünmektedir. Koordinasyon, hizmet kalitesinin ve yaratıcılığın artması, düzenli olarak turistlerin beklentilerinin ve turistik pazarın takip edilmesi açısından büyük öneme sahiptir. Ancak bu şekilde kırsal yerleşmeler başarıyı yakalamaktadırlar. Ankete katılanların %33,8'i turizm için gerekli olan alt yapı ve üst yapının oluşturulmasına yönelik olarak kamu ve özel kuruluşların finanse edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Şirince yöre halkı alt yapı ve üst yapıyla ilgili eksiklerin olduğu düşünmektedir. Bu eksikliklerin giderilmesi hem yöre halkı ve turistler için önemlidir.

Tablo.3.20. Yöre Halkı- Katılanların Şirince’de Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Değerlendirmeleri

Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gereken Faaliyetler	Kişi (n)	%
Tanııtıma ağırlık verilmeli	71	88,8
Restorasyon çalışmalarının arttırılmalı	67	83,8
Yöre halkına ve yörede çalışanlara yönelik turizm eğitim programı hazırlanmalı	62	77,5
Seyahat acenteleri ile ortak çalışarak turistlerin yörede konaklamanın arttırılması sağlanmalı	54	67,5
Hizmet kalitesinin yükseltilmesi	49	61,3
Turizm organize edecek dernek kurulmalı	46	57,5
Yörede yapılan festival ve şenliklerin arttırılması sağlanmalı	42	52,5
Özel işletmeler ile kamu idarelerinin turizm geliştirme konusunda koordinasyon sağlanmalı	35	43,8
Turizm için gerekli olan alt yapı ve üst yapının oluşturulmasına yönelik olarak kamu ve özel kuruluşların finanse edilmeli	27	33,8

3.2.3. Ziyaretçilere Yönelik Anket Sonuçları

Ziyaretçilere yönelik yapılan anketle, Şirince’yi gezen yerli ve yabancı turistlerin turizm etkinliklerinin ve beklentilerinin belirlenmesi ve bu kapsamda Şirince’ye ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Yöreyi ziyarete gelen kişilerin sayısına ilişkin bilgiler

istatistiksel olarak kayıtlara geçmediği için anketi oluşturacak örneklem hacmi tamamen tesadüfi bir şekilde belirlenmiştir. Ankete gönüllü olarak katılmayı kabul eden yerli 138 kişi ve yabancı 116 kişi olmak üzere toplam 254 kişiyle anket yapılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm ankete katılanlara ait genel bilgiler ve demografik faktörleri (yaş, eğitim, cinsiyet, medeni durum v.b.) değerlendirmeye yönelik soruları içermektedir. İkinci bölümde, ziyaretçilerin yöreye ilişkin deneyimleri, yöreye olan bağlılıkları ve yöreyi tercih etmelerinde motive eden etmenleri değerlendirmeye yönelik soruları içermektedir. Üçüncü bölümde ise Şirince'deki turizm hakkındaki düşüncelerinin, güçlü ve olumsuz buldukları yönlerin, ne gibi fırsatlar ve tehdit unsurlarına sahip olunduğunun ve yörede turizmin gelişmesi için neler yapılabileceğine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir. Yerli ve yabancı katılımcıların demografik özellikleri ve değerlendirmeleri çapraz tablolarla değerlendirme yapılarak tespit edilmiş ve yorumlanmıştır. Ayrıca, ankete katılanlara yöneltilen bazı sorularda, uygun buldukları birden fazla seçeneği işaretlemeleri konusunda serbest bırakılmıştır.

3.2.3.1. Demografik Faktörler

Ankete katılan bireylerin % 52,4'ü erkek, % 47,6'sı kadınlardan oluşmuştur. Yöreye gelen turistleri yerli ve yabancı olarak ayrı ayrı değerlendirdiğimizde yabancı turist açısından kadın katılım oranı daha yüksektir.

Tablo.3.21. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Erkek	79	57,2	54	46,6	133	52,4
Kadın	59	42,8	62	53,4	121	47,6
Toplam	138	100,0	116	100,0	254	100,0

Ankete katılanların medeni durumlarına göre değerlendirildiğinde ise %78'i evli, %22'si bekarıdır.

Tablo.3.22. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Medeni Durum	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Bekar	31	22,5	25	21,6	56	22,0
Evli	107	77,5	91	78,4	198	78,0
Toplam	138	100,0	116	100,0	254	100,0

Ankete katılanların yaş durumlarına göre değerlendirildiğinde; 18-24 yaş arası %13,4, 25-34 yaş arası %18,9, 35-44 yaş arası %26, 45-54 yaş arası %4, 55-64 yaş arası %11,8 ve 65 ve üzeri %5,9'dur. Yaş durumlarına bakıldığında orta yaş grubunda yoğunlaşma olduğu görülmektedir.

Tablo.3.23. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler- Katılanların Yaş Düzeylerine Göre Dağılımı

Yaş Düzeyi	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
18-24 arası	23	16,7	11	9,5	34	13,4
25-34 arası	29	21,0	19	16,4	48	18,9
35-44 arası	42	30,4	24	20,7	66	26,0
45-54 arası	27	19,6	34	29,3	61	24,0
55-64 arası	11	8,0	19	16,4	30	11,8
65 ve üzeri	6	4,3	9	7,8	15	5,9
Toplam	138	100,0	116	100,0	254	100,0

Ankete katılanların eğitim durumları göz önüne alındığında katılanların %51,6'sı üniversite ve üzeri, %30,7'si lise, %15,4'ü ilköğretim, %2,4'ü okur-yazardır. Genel olarak değerlendirildiğinde, ankete katılanların büyük çoğunluğunun eğitim seviyesinin yüksek olduğu söylenebilir. Yabancı ankette verilen primary ve secondary seçenekleri birleştirilerek ilköğretim seçeneği altında verilmiştir.

Tablo.3.24. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Okur-yazar	6	4,3		0,0	6	2,4
İlköğretim	23	16,7	16	13,8	39	15,4
Lise	42	30,4	36	31,0	78	30,7
Üniversite ve üstü	67	48,6	64	55,2	131	51,6
Toplam	138	100	116	100	254	100

Ankete katılanlar uyruklarına göre değerlendirildiğinde, toplam katılımcıların %54,3'ü yabancı uyruklu, %45,7'si Türk'tür. Yabancı uyrukların katılımına göre değerlendirildiğinde katılımcıların %31,9'u Fransız, %24,1'i Alman, %18,1'i İngiliz, %11,2'si Hollandalıdır. Geriye kalan %14,7'lik oranı İtalyan, Avusturyalı, Belçikalı, İrlandalı, Amerikalı, Yunanlı ve Japon turistler oluşturmaktadır.

Tablo.3.25. Yabancı Ziyaretçilerin Uyruklarına Göre Dağılımı

Uyruk	Yabancı Kişi (n)	%
Fransız	37	31,9
Alman	28	24,1
İngiliz	21	18,1
Hollandalı	13	11,2
Diğer	17	14,7
Toplam	116	100,0

Ankette katılımcıların meslek ile ilgili durumlarını belirtmeleri istenmiş analiz aşamasında Türkiye İş Kurumu sitesinden faydalanılarak görev alanlarına göre gruplandırma yapılmıştır (iskur, 2009). Ankete katılanların meslek durumları görev alanlarına göre değerlendirildiğinde %31,5'i profesyonel meslek sahibi, %16,5 kanun yapıcı, iş yeri sahibi, üst düzey yönetici ve müdür, %13'ü hizmet ve satış elemanı, %9,8'i yardımcı profesyonel meslek sahibi, %9,1'i ev hanımı, %8,7'si öğrenci, %8,3'ü emekli ve %3,1'i sanatkar, işsiz ve nitelik gerektirmeyen işler oluşturmaktadır. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin görev alanları karşılaştırıldığında benzerlik göstermektedir.

Tablo.3.26. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı

Meslek Durumu	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Profesyonel Meslek Mensupları	41	29,7	39	33,6	80	31,5
Kanun Yapıcılar, Üst Düzey Yöneticiler, İşyeri Sahipleri ve Müdürler	23	16,7	19	16,4	42	16,5
Hizmet ve Satış Elemanı	21	15,2	12	10,3	33	13,0
Yardımcı Profesyonel Meslek Mensubu	14	10,1	11	9,5	25	9,8
Ev Hanımı	12	8,7	11	9,5	23	9,1
Öğrenci	13	9,4	9	7,8	22	8,7
Emekli	9	6,5	12	10,3	21	8,3
Diğer	5	3,6	3	2,6	8	3,1
Toplam	138	100,0	116	100,0	254	100,0

3.2.3.2. Ziyaretçilerin Yöreyle İlişkin Deneyim, Sadakat ve Tercih Etmenleriyle İlgili Değerlendirmeleri

Ankete katılanların Şirince'yi daha önce kaç defa ziyaret ettikleri sorusuna ilişkin vermiş oldukları yanıtlarda toplam katılımcıların %59,8'i yöreyi ilk defa ziyaret ederken, %40,2'si yöreyi daha önce ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Tablodan da görüleceği üzere özellikle yerli turistleri %60,1'i yöreyi daha önce ziyaret ettiklerini belirtmiştir. Şirince'ye gelen yerli

turistler genellikle İzmir ve yakın çevresinden olduğundan, yöreye yakın olması nedeniyle bu oranın yüksek çıktığı söylenebilir.

Tablo.3.27. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yöreyi Ziyaret Durumları

Yöreyi Ziyaret Durumları	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
İlk defa	55	39,9	97	83,6	152	59,8
2-3 kere	34	24,6	19	16,4	53	20,9
4-5 kere	27	19,6		0,0	27	10,6
5 ve üzeri	22	15,9		0,0	22	8,7
Toplam	138	100,0	116	100,0	254	100,0

Ankete katılanların Şirince’de konaklama sürelerine ilişkin vermiş oldukları yanıtlarda toplam katılımcıların %89,4’ü günlük ziyaret ettiğini belirtmiştir. Katılımcıların %10,6’sı ise yörede konaklama yaptıklarını belirtmiştir. Şirince’ye gelen yerli ve yabancı turistlerin büyük çoğunluğu kültür ve günübirlik turlarla gelmekte, bireysel gelenler ise arkadaş ve aileleriyle biraraya gelmek üzere yöreyi günlük ziyaret ettiklerinden günlük ziyaret oranının yüksek çıktığı söylenebilir.

Tablo.3.28. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yörede Konaklama Durumları

Yörede Konaklama Durumları	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Günlük Ziyaret	119	86,2	108	93,1	227	89,4
1-3 gün	12	8,7	6	5,2	18	7,1
4-7 gün	5	3,6	2	1,7	7	2,8
1-2 hafta	2	1,4		0,0	2	0,8
Toplam	138	100,0	116	100,0	254	100,0

Ankete katılanların Şirince’yi tercih etmelerinde etkili olan etmene ilişkin vermiş oldukları yanıtlarda %42,5’i turların etkisi olduğunu belirtmiştir. Yöre tercihlerinde etkili olan diğer etmenlere vermiş oldukları yanıtlarda %21,7’si aile ve arkadaşların, %15,7’si broşür ve katalogların, %14,6’sı geçmiş deneyimin etkili olduklarını belirtmiştir. Yerli turistlerde yöre tercihinde en büyük etmen aile ve arkadaşlar olurken, yabancı turistlerde en büyük etmen turlardır. Yabancı turistler genellikle kültür turlarıyla geldiklerinden turun yöre seçiminde daha fazla oran aldığı söylenebilir. Yerli turistler de genellikle aile ve arkadaşlarıyla biraraya gelmek üzere bireysel ziyaret ettiklerinden aile ve arkadaş etmeninin yerli turistler açısından yöreyi tercihinde daha fazla etkili olmaktadır.

Tablo.3.29. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yöreyi Tercih Nedenleri

Yöreyi Tercih Nedenleri	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Tur	39	28,3	69	59,5	108	42,5
Aile ve arkadaşlar	51	37,0	4	3,4	55	21,7
Broşür ve katalog	9	6,5	31	26,7	40	15,7
Geçmiş Deneyim	32	23,2	5	4,3	37	14,6
Reklam	5	3,6	4	3,4	9	3,5
İmaj	2	1,4	3	2,6	5	2,0
Toplam	138	100,0	116	100,0	254	100,0

Ankete katılanların Şirince’de yapmış oldukları alışveriş türlerine göre yapmış oldukları değerlendirmelerde %94,1’i yörede yemek yediklerini belirtmişlerdir. Bunun yanında katılımcıların %28,7’i el işi örgüler, %21,7’si hediyelik eşya, %18,5’i tarımsal ürünler, %13,8’i şarap, %12,2’si ise yörede giyim alışverişini yaptıklarını belirtmişlerdir. Yöreye kültür turlarıyla gelen yerli ve yabancı turistleri tur programların yörede yemekte yer almakta, bireysel ziyaret eden yerli turistlerin çoğunluğu ise aile ve arkadaşlarıyla biraraya gelerek yemek yeme üzere ziyaret etmektedirler. Bu bağlamda ziyaretçilerin yöredeki yemek yeme oranı yüksek çıkmıştır.

Tablo.3.30. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yörede Yaptıkları Alışverişler

Yörede Yapılan Alışverişler	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Yemek	131	94,9	108	93,1	239	94,1
El işi örgüler	34	24,6	39	33,6	73	28,7
Hediyelik Eşya	23	16,7	32	27,6	55	21,7
Tarımsal ürünler	29	21,0	18	15,5	47	18,5
Şarap	12	8,7	23	19,8	35	13,8
Giyim	17	12,3	14	12,1	31	12,2

Ankete katılanların yöre sadakatini ölçmek üzere yöreyi ziyaret edenlerin tekrar gelme istekleri, aile ve arkadaşlarına yöreyi önerme istekleri ve yöreyi merak edenlere yöreyi önerme isteklerine ilişkin 3 soru yöneltilmiştir. Bu sorulara ilişkin vermiş oldukları yanıtlara bakıldığında katılımcıların %78,7’si yöreyi fırsat bulduklarında tekrar ziyaret etmek istediklerini, %77,6’sı aile ve arkadaşlarına Şirince’ye gelmelerini tavsiye edeceklerini, %75,4’ü ise Şirince’yi soranlara gelmelerini önereceklerini belirtmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde Şirince’nin kırsal turizm potansiyelindeki mevcut potansiyelini koruyarak gelecekte kırsal turizm potansiyelinin artma eğilimi göstereceği söylenebilir.

Tablo.3.31. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yöre Sadakatıyla İlgili Değerlendirmeleri

Yöre Sadakati	Kişi Sayısı		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ortalama (Mean)	Ortanca (Medyan)	St. Sapma
	N		%	%	%	%	%			
Fırsatım olsa Şirince'ye tekrar gelmeyi düşünürüm.	Yerli	138	5,8	4,3	10,1	28,3	51,4	4,15	5,00	1,139
	Yabancı	116	3,4	6,9	12,1	30,2	47,4	4,11	4,00	1,086
	Toplam	254	4,7	5,5	11,0	29,1	49,6	4,13	4,00	1,113
Ailemi ve arkadaşlarımı Şirince'ye gelmeleri için teşvik edeceğim.	Yerli	137	3,6	6,6	10,9	24,1	54,7	4,20	5,00	1,104
	Yabancı	116	6,9	4,3	12,1	27,6	49,1	4,08	4,00	1,188
	Toplam	253	5,1	5,5	11,4	25,6	52,0	4,14	5,00	1,142
Şirince'yi soranlara buraya gelmelerini öneririm.	Yerli	138	4,3	7,2	10,9	26,1	51,4	4,13	5,00	1,139
	Yabancı	114	7,9	5,3	14,0	30,7	42,1	3,94	4,00	1,221
	Toplam	252	6,0	6,3	12,3	28,2	47,2	4,04	4,00	1,178

Ankete katılanların yöreyi tercih etmenlerinde motive eden etmenleri belirlemek üzere 9 önerme yöneltilmiş katılımcıların bu önermelerin yöreyi tercih etmenlerindeki önem derecesine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Her önerme için Likert tipi 5 farklı derecelendirme sunulmuştur. Veriler sayısal değere dönüştürülüp işlenebilmesi için SPSS istatistik programında kodlanmıştır. Kodlama 1: Hiç Önemli Değil, 2: Önemli Değil, 3: Ne Önemli Ne Önemsiz, 4: Önemli, 5: Çok Önemli şeklinde yapılmıştır. Veri analizinde yüzde (%) değerleri ve Ortalama (Mean) değerleri kullanılmıştır. Yüzde değeri ne kadar büyükse ve Ortalama (Mean) rakamı ne kadar büyükse önerme o kadar destekleniyor anlamına gelmektedir. Toplam katılımcıların motivasyon etmenleri önem derecesine göre değerlendirildiğinde; sırasıyla doğayla içice olmak, günlük rutin hayata değişiklik getirmek, yeni yemekler tatmak, genel bilgi edinmek, aile ve arkadaşlarla bir araya gelmek, yeni insanlar tanışmak, kişisel günlük sıkıntılardan arınmak, yalnız vakit geçirmek gelmektedir. Yerli turistlerin yöreyi tercih etmelerinde doğayla içice olmak, günlük rutin hayata değişiklik getirmek, arkadaşla bir araya gelmek daha etkili olurken yabancı turistler de genel bilgi edinmek, yeni yerler görmek, doğayla içice olmak, yeni yemekler tatmak daha etkili olmaktadır.

Tablo.3.32. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Yöreyi Tecrit Etmelerinde Motive Eden Etmenler

Motivasyon Etmenleri	Kişi Sayısı		Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Önemli	Önemli	Çok Önemli	Ortalama (Mean)	Ortanca (Medyan)	St. Sapma
	N		%	%	%	%	%			
Yeni yerler görmek	Yerli	138	13,0	10,9	32,6	19,6	23,9	3,30	3,00	1,305
	Yabancı	116	3,4	7,8	10,3	32,8	45,7	4,09	4,00	1,087
	Toplam	254	8,7	9,4	22,4	25,6	33,9	3,67	4,00	1,271
Yeni yemekler tatmak	Yerli	138	6,5	5,8	21,7	31,2	34,8	3,82	4,00	1,167
	Yabancı	116	5,2	10,3	14,7	30,2	39,7	3,89	4,00	1,193
	Toplam	254	5,9	7,9	18,5	30,7	37,0	3,85	4,00	1,177
Doğayla içice olmak	Yerli	136	1,4	2,9	5,1	37,5	52,2	4,38	5,00	0,834
	Yabancı	111	6,3	7,2	14,4	31,5	40,5	3,93	4,00	1,189
	Toplam	247	3,6	4,9	9,3	34,8	47,4	4,17	4,00	1,031
Kişisel günlük sıkıntılardan arınmak	Yerli	136	4,3	7,2	13,8	34,1	39,1	3,98	4,00	1,112
	Yabancı	114	22,8	20,2	35,1	13,2	8,8	2,65	3,00	1,219
	Toplam	250	12,8	13,0	23,6	24,8	25,6	3,37	4,00	1,336
Yeni insanlarla tanışmak	Yerli	137	15,3	13,9	28,5	20,4	21,9	3,20	3,00	1,344
	Yabancı	116	6,0	8,6	22,4	42,2	20,7	3,63	4,00	1,092
	Toplam	253	11,1	11,5	25,7	30,4	21,3	3,40	4,00	1,251
Günlük rutin hayata değişiklik getirmek	Yerli	138	5,1	6,5	8,7	34,1	45,7	4,09	4,00	1,124
	Yabancı	114	9,6	7,0	17,5	31,6	33,6	3,74	4,00	1,269
	Toplam	252	7,1	6,7	12,7	32,9	40,5	3,93	4,00	1,202
Yalnız vakit geçirmek	Yerli	138	35,5	27,5	17,4	12,3	7,2	2,28	2,00	1,267
	Yabancı	116	19,0	25,9	34,5	15,5	5,2	2,62	3,00	1,116
	Toplam	254	28,0	26,8	25,2	13,8	6,3	2,44	2,00	1,210
Genel bilgi edinmek	Yerli	138	12,3	10,1	27,5	29,7	20,3	3,36	3,50	1,260
	Yabancı	116	1,7	4,3	6,9	28,4	58,6	4,38	5,00	0,920
	Toplam	254	7,5	7,5	18,1	29,1	37,8	3,82	4,00	1,227
Aile ve arkadaşlarla bir araya gelmek	Yerli	137	5,1	10,9	21,0	21,7	40,9	3,82	4,00	1,224
	Yabancı	116	10,3	16,4	35,3	25,9	12,1	3,13	3,00	1,146
	Toplam	253	7,5	13,4	27,7	23,7	27,7	3,51	4,00	1,236

3.4.3.3. Ziyaretçilerin Yöre Turizmine İlişkin Değerlendirmeleri

Ankete katılanların Şirince’de ilk neyin dikkatlerini çektiklerine ilişkin vermiş olduğu yanıtlarda ilk sırada %66,9 ile geleneksel mimari yapı gelmektedir. Daha sonra %11,4 ile tarihi çekicilikler ve %10,2 ile özgün doğa ve manzara yer almaktadır. Şirince köyü’ndeki planları, malzemeleri, içliliği, mimarlık ve sanat özellikleri bakımından orijinallik taşıyan evler ve sokaklar turistlerin en fazla ilgisini çeken etmenler oldukları ve yörede kırsal turizmin gelişmesinde en önemli faktörler oldukları söylenebilir.

Tablo.3.33. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Şirince'nin İlk Dikkatlerini Çeken Özelliğine İlişkin Değerlendirmeleri

Dikkat Çekici Unsurlar	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Geleneksel Mimari Yapı	98	71,0	72	62,1	170	66,9
Tarihi Çekicilikler (Kiliseler, Tarihsel Kalıntılar vb.)	11	8,0	17	14,7	28	11,0
Özgün Doğa ve Manzara	17	12,3	9	7,8	26	10,2
Yöresel Yaşam ve Kültür	8	5,8	10	8,6	18	7,1
Şarap Evleri	4	2,9	5	4,3	9	3,5
Tarımsal Alanlar			3	2,6	3	1,2
Toplam	138	100,0	116	100,0	254	100,0

Ankete katılanların Şirince'nin en fazla beğendikleri özelliklere ilişkin vermiş oldukları 3 temel özellik; geleneksel mimari yapı (%90,9), tarihi çekicilikler (%72,4) ve özgün doğa ve manzara (%66,9) dır. Köyün bütünüyle büyük bir Rum köyü olması, evleri ve kiliseleriyle tarihi miras oluşturması köye turist çeken başlıca nedendir. Köyün sahip olduğu bu kültürel ve tarihi miras köyün sit alanı olması nedeniyle günümüze kadar korunmuştur. Bu bağlamda turistlerin en fazla ilgisini köyün geleneksel mimarisi ve yörede bulunan tarihi yerler çekmektedir. Köyün sit alanı olması aynı zamanda köyün doğal ve çevresel değerlerinin korunmasını da sağlamıştır. Köyün doğal manzarası ve çevresel güzellikleri köye ilk girildiği anda fark edilmekte ve turistlerin ilgisini çekmektedir.

Ankete katılanların Şirince'de beğendikleri diğer özelliklere bakıldığında %65,7 ile köyün yöresel yemekleridir. Yörede belirgin olarak en fazla öne çıkan yemekler gözleme ve köy kahvaltısıdır. Bunun yanında yöreye özgü keşkek, şevket-i bostan, cevizli kaşarlı erişte, tereyağlı soslu mantı, pastırmalı arapsaçı, karışık ot kavurma ve yoğurtlu çoban kavurma gibi yöreye özgü yemekler bulunmaktadır. Ankete katılanların %58,3'ü yörenin yaşam ve kültürünü beğendiklerini belirtmişlerdir. Köye gidildiğinde yöre halkının gerek sosyal yaşamlarında gerekse ticarete gelenek ve görenekleri korudukları, köy ağzının değişmediğini, giyimlerinde yörenin kültürünü yansıttıkları görülebilir. Anketi cevaplayanların %50,4'ü yerel halkın tutumunu beğendiklerini belirtmişlerdir. Şirince köyü halkı, yabancıya açık ve turisti seven insanlardan oluşmakta, yerli ve yabancı turistleri konuk etme eğilimi çok yüksektir. Anketi cevaplayanların %47,2'si yeme-içme olanaklarını beğendiklerini belirtmişlerdir. Yörede yeterli düzeyde restoran ve gözleme evi bulunmaktadır. Ankete katılanların %35,8'i yörede sunulan el işleri beğendiklerini belirtmişlerdir. Yöreye özgü el işleri olmasa da kadınlar tarafından örülen örgüler büyük beğeni toplamaktadır. Ankete katılanların %35,8'i

Şirince'nin şehir merkezine yakın olması nedeniyle ulaşım kolaylığını beğendiklerini, %29,1'i de köydeki şarap sunumunu sağlayan şarap evlerini beğendiklerini belirtmişlerdir. %15,7 ile hizmet kalitesini beğenmeleri hizmet kalitesinin yeterli düzeyde olmadığını göstergesidir. Köyün hizmet kalitesinin artırılması müşteri beklentilerinin karşılanması ve tekrarlanan müşteri sayısının artırılması açısından önemlidir. Ankete katılanların %13'ü tarımsal alanları, %5,5'i konaklama olanaklarını beğendiklerini belirtmişlerdir. Bu iki özelliğin düşük çıkmasının nedeni köye gelen turistlerin tarımcılık ve konaklama faaliyetlerine katılmamaları nedeniyle olabilir.

Tablo.3.34. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Şirince'nin En Fazla Beğendikleri Özelliklere İlişkin Değerlendirmeleri

Yörenin En Fazla Beğenilen Özellikleri	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Geleneksel Mimari Yapı	124	89,9	107	92,2	231	90,9
Tarihi Çekicilikler (Kilise, Tarihsel Kalıntılar vb.)	98	71,0	86	74,1	184	72,4
Özgün Doğa ve Manzara	88	63,8	82	70,7	170	66,9
Yöresel Yemekler	93	67,4	74	63,8	167	65,7
Yöresel Yaşam ve Kültür	86	62,3	62	53,4	148	58,3
Yerel Halkın Tutumu	76	55,1	52	44,8	128	50,4
Yeme-İçme Olanakları	64	46,4	56	48,3	120	47,2
El Sanatları	45	32,6	46	39,7	91	35,8
Ulaşım Kolaylığı	54	39,1	36	31,0	90	35,4
Şarap Evleri	35	25,4	39	33,6	74	29,1
Hizmet Kalitesi	24	17,4	16	13,8	40	15,7
Tarımsal Alanlar	12	8,7	21	18,1	33	13,0
Konaklama Olanakları	8	5,8	6	5,2	14	5,5

Ankete katılanların Şirince'de olumsuz buldukları özelliklere ilişkin yanıtlarında %56,7'si tarihi mekanların ihmal edilmesi ve bakımsız olduklarını belirtmişlerdir. Özellikle ankete katılan yabancıların %71'e yakını yöredeki tarihi varlıkların ihmal edildiği ve bakımsız olduğu kanaatindedir. Köy 1978 tarihinde sit alanı ilan edilmiş ve köy evleri, kiliseler ve tarihi mekanlar koruma altına alınmıştır. Ancak günümüzde köy halkının evlerine köyün sit alanı olması nedeniyle bakım yapamamaları ve kiliselerin restorasyona uğramaması nedeniyle birçok ev ve kilise kötü durumdadır. Bu yüzden evler ve kiliseler bakıma ihtiyaç duymaktadır. Diğer oranlara bakıldığında %36,2 ile düşük hizmet kalitesi, %35,4 ile turistik aktivitelerin yetersiz olması, %29'1 ile yüksek fiyatlar, %15,7 ile ulaşım ile ilgili problemler, %11 ile yeme-içme olanaklarının yetersiz olması, %4,7 ile konaklama olanaklarının yetersiz olması, %4,3 ile yerel halkın olumsuz davranışları, ziyaretçilerin Şirince'de olumsuz bulukları diğer özelliklerdir. Yörede konaklama olanaklarına ilişkin beğenme oranının düşük olmasına karşın

olumsuz özellik olarak görülmemesi yörede konaklama olanağının yetersiz olmadığını göstermektedir. Yöre halkının turistlere ilişkin tutumlarının beğenilen bir özellik olması ve olumsuz özellik olarak düşük bir oran alması (%4,3) yöre halkının turistlere karşı ilgili davrandığının göstergesidir. Aynı zamanda hizmet kalitesinin beğenilen bir özellik açısından düşük oran alması ve olumsuz özellik olarak görülmesi yörede hizmet kalitesinin düşük olduğunun göstergesidir.

Tablo.3.35. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler-Katılanların Şirince’de Olumsuz Buldukları Özelliklere İlişkin Değerlendirmeleri

Olumsuz Bulunan Özellikler	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Tarihi mekanların ihmal edilmesi ve bakımsız olması	62	44,9	82	70,7	144	56,7
Düşük hizmet kalitesi	46	33,3	46	39,7	92	36,2
Turistik aktivitelerin yetersiz olması (koşma, ata binme, yürüyüş b.)	54	39,1	36	31,0	90	35,4
Yüksek fiyatlar	28	20,3	46	39,7	74	29,1
Ulaşım ile ilgili problemler	26	18,8	14	12,1	40	15,7
Yeme-içme olanaklarının yetersiz olması	16	11,6	12	10,3	28	11,0
Konaklama olanaklarının yetersiz olması	8	5,8	4	3,4	12	4,7
Yerel halkın olumsuz davranışları	6	4,3	5	4,3	11	4,3

Ankete katılanların Şirince’de kırsal turizme yönelik olarak ne tür aktiviteler yapılabilir sorusuna ilişkin değerlendirmelerinde %63,8 ile turistik faaliyetlerin (doğa yürüşleri, bisiklet turları vb.) organize edilebileceğini düşünmektedirler. Daha sonra %49,2 ile festivaller, %48 ile geleneksel mimariye sahip evlerde ziyaret ve konaklama, %40,2 ile el sanatları sergileri ve %31,5 ile turistlerin sebze ve meyveleri kendilerinin toplamalarına olanak sağlayan bahçe gezileri yer almaktadır. Bu soru özellikle yerli turistler açısından bu tür aktiviteler düzenlendiği takdirde gelme ihtimallerine de düşünme olanağı sağlamaktadır. Bu bağlamda yöreyle ilişkin yapılacak aktivitelerde öncelikle turistik faaliyetlerin organize edilmesi gerektiği düşünülebilir.

Tablo.3.36. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler- Katılanların Şirince’de Yapılabilecek Aktivitelere İlişkin Değerlendirmeleri

Turizme Yönelik Yapılabilecek Aktiviteler	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Turistik faaliyetler (Doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, trekking vb.) düzenlenebilir	84	60,9	78	67,2	162	63,8
Festivaller organize edilebilir	72	52,2	53	45,7	125	49,2
Geleneksel mimariye sahip evlerde ziyaret ve konaklama	54	39,1	68	58,6	122	48,0
El sanatları sergileri düzenlenebilir	46	33,3	56	48,3	102	40,2
Turistlerin sebze ve meyveleri kendilerinin toplamalarına olanak sağlayan bahçe gezileri	32	23,2	48	41,4	80	31,5

Ankete katılanların “Şirince’de turizmi canlandırmak için neler yapılmalıdır?” sorusunu ilişkin değerlendirmelerinde yapılması gerektiğini düşündüğü üç önemli faaliyet; tanıtımın artırılması (%81,9), restorasyon çalışmalarının artırılması (%72,4) ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi (%63,8)’dir. Yöre tanıtımı açısından, Şirince’ye olan turistik talep bugün için yeterli olsa da yörede kırsal turizmin gelişmesi, yeni turistik taleplerin yaratılması açısından tanıtım şarttır. Restorasyonla ilgili olarak, Şirince’nin özgün yerleşim dokusunu ve konutlarını korumak ve yaşatmak üzere köyde bulunan evler ve kiliseler koruma altına alınmış ve köy sit alanı olarak ilan edilmiştir. Köy günümüze kadar mimari yapısını ve tarihi değerlerini korumasına karşın köy halkı köyün sit alanı olması nedeniyle evlerinin onarımını yapamamaktadır. Bugün köyde birçok ev ve kiliseler bu yüzden restorasyona ihtiyaç duymaktadır. Hizmet kalitesi açısından, kırsal alanları ziyaret eden turistlerin beklentilerinin daha iyi karşılanması ve seyahatlerini yinelemeleri açısından yörede sunulan hizmet kalitesi önemlidir. Ankete katılanların diğer sorulara vermiş oldukları yanıtlarda olduğu gibi yöredeki hizmet kalitesinin yükseltilmesi gerektiğini düşünmektedirler.

Ankete katılanların yörede turizmin canlandırılması için yapılması gerektiğini düşündüğü diğer faaliyetlere bakıldığında; katılımcıların %53,9’u yörede yapılan şenlik festivallerin artırılması gerektiğini düşünmektedir. Yörede yapılan şenlik ve festivaller önemli turistik potansiyel yaratmaktadır. Bu şenlik ve festivalleri artırılması hem yöreye olan talebi arttıracak hem de tanıtımına katkıda bulunarak yeni turistik talep yaratacaktır. Katılımcıların %49,6’sı turizmi organize edecek dernek kurulması gerektiğini düşünmektedir. Turizmi organize edecek bir derneğin kurulmasıyla özel işletmeler arasında koordinasyon sağlayarak

müşterinin yöreyle ilgili beklentileri daha sıkı takip edilebilir, köyde turizmle ilgili sorunlara daha iyi çözüm üretilebilir, yöreye olan turistik talebin arttırılmasında daha başarılı olabilirler. Katılımcıların %48,4'ü özel işletmeler ile kamu idarelerinin turizm geliştirme konusunda koordinasyon sağlanması gerektiğini düşünmektedir. Yörede kırsal turizmin başarılı olması, hizmet kalitesinin ve yaratıcılığın arttırılması, turistik pazarın takip edilmesi yöre ve çevresinde bulunan özel ve kamu işletmelerinin koordinasyonuna bağlıdır. Katılımcıların %46,5'i yöre halkına ve yörede çalışanlara yönelik turizm eğitim programı hazırlanması gerektiğini düşünmektedir. İşletme çalışanları ve yerel halk turistlerle kişisel ilişkiler kuran ve hizmet sunan kişiler olduklarından bu kişilere yönelik yabancı dil, misafir ilişkileri, meslek edindirme, kalite iyileştirme vb. kursların düzenlenmesi turistlere daha kaliteli hizmet sunulmasını sağlar. Katılımcıların %37'si turizm için gerekli olan alt yapı ve üst yapının oluşturulmasına yönelik olarak kamu ve özel kuruluşların finanse edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Şirince'nin alt yapı ve üst yapıyla ilgili eksikliklerin giderilmesi hem yöre halkı hem de turistlerin ihtiyaçlarının yeterli düzeyde karşılama açısından büyük öneme sahiptir. Katılımcıların %18,1'i seyahat acenteleri ile ortak çalışarak turistlerin yörede konaklamanın arttırılması gerektiğini düşünmektedir. Yöreye gelen turistler genellikle kültür turlarıyla geldiklerinden konaklama yapmamaktadırlar. Seyahat acenteleriyle ortak çalışmalara giderek yöredeki konaklamayla ilgili olan talebi arttırarak kırsal turizmin gelişmesi sağlanabilir.

Tablo.3.37. Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler- Katılanların Şirince'de Turizmi Canlandırması İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Değerlendirmeleri

Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gereken Faaliyetler	Yerli Kişi (n)	%	Yabancı Kişi (n)	%	Toplam Kişi (n)	%
Tanıtıma ağırlık verilmeli	114	82,6	94	81,0	208	81,9
Restorasyon çalışmaları arttırılmalı	86	62,3	98	84,5	184	72,4
Hizmet kalitesinin yükseltilmesi	84	60,9	78	67,2	162	63,8
Yörede yapılan festival ve şenliklerin arttırılması sağlanmalı	81	58,7	56	48,3	137	53,9
Turizm organize edecek dernek kurulmalı	72	52,2	54	46,6	126	49,6
Özel işletmeler ile kamu idarelerinin turizm geliştirme konusunda koordinasyon sağlanmalı	64	46,4	59	50,9	123	48,4
Yöre halkına ve yörede çalışanlara yönelik turizm eğitim programı hazırlanmalı	54	39,1	64	55,2	118	46,5
Turizm için gerekli olan alt yapı ve üst yapının oluşturulmasına yönelik olarak kamu ve özel kuruluşların finanse edilmeli	45	32,6	49	42,2	94	37,0
Seyahat acenteleri ile ortak çalışarak turistlerin yörede konaklamanın arttırılması sağlanmalı	28	20,3	18	15,5	46	18,1

3.2.4. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Görüşme Sonuçları

Şirince Köyünün kırsal turizm kapsamında analiz edilerek yerin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi, varsa güçlü yönlerinin alternatif turizm imkanları açısından bu olanakların tespit edilerek, bu yönlerle uygun stratejilerin geliştirilmesi, zayıf yönleri açısından tehdit edici unsurlar varsa bu hataların düzeltilmesine yönelik olarak özel ve kamu kuruluşlarına yüz-yüze anket uygulaması gerçekleştirilirken konu ile ilgili katılanların görüşleri alınmıştır. Elde edilen bulgular şöyledir;

Şirince köyünün en büyük sorunlardan biri olarak, köyün sit alanı olması nedeniyle bakım onarım çalışmasına izin verilmediğini belirtmişlerdir. Mimari yapının ve tarihsel güzelliğin bozulmaması açısından yeni ev yapımına izin verilmemesi başta iyi bir yöntem olmasına karşın bakım ve onarıma ihtiyaç duyan evlerin bakımsızlık nedeniyle birçoğunun daha yıkıldığı belirtilmiştir.

Turizm kendi başına köyden kente göçü önlemesine rağmen yeniden yapılanmanın önlenmesi nedeniyle yeni ev yapımına izin verilmediğinden yeni evlenenler köyden kente mecburi olarak göç etmektedirler. Ayrıca yapılan görüşmede turizmin halkın gelirlerini arttırmasına karşın yabancıların yöreye yerleşmesi nedeniyle yine birçok halkın şehir merkezine taşındığı ifade edilmiştir.

Yapılan görüşmelerde köyün alt yapı olanaklarının yetersiz olduğu ifade edilmektedir. Bununla ilgili olarak köyün sit alanı olması nedeniyle köyün kanalizasyon yapısının bozuk ve müdahale edilemediği belirtilmiştir. Alt yapı olanaklarıyla ilgili olarak köyün yol durumunun çok iyi olmadığı buna çözüm olarak teleferik çalışmasının yapılabileceği önerilmiştir. Bunun yanında, yöredeki turistik merkezlerde yön tabelalarını, haritaların ve yöreyi tanıtıcı levhaların yetersiz olduğu belirtilmiştir.

Yörede turizmin gelişmiş olması nedeniyle kiralanan dükkan ve pansiyonların fiyatların yüksek olduğu bunun nedeni olarakta sınırlı arz kaynakları nedeniyle enflasyonist etkiden kaynaklandığı belirtilmektedir. Bu fiyat artışı aynı zamanda ev fiyatlarını da yükseltmiştir. Pansiyonlar sınırlı sayıda olduğundan odalar yüksek fiyattan satılmakta çoğu rezervasyon önceden yapılmak koşuluyla gelen talebi karşılayabilmektedir.

Yapılan görüşmelerde, Şirince’yi ayakta tutan en büyük yan sektörün şarapçılık olduğunu ve Şirince’ye gelen turist sayısında büyük oranda artışa sebep olduğunu ifade edilmiştir. Bunun yanında çoğu şarabın yurt dışına ihraç edildiğini belirtmişlerdir.

Yapılan görüşmelerde yöreye turizm enformasyon bürosunun kurulacağı belirtilmiştir. Bu kurumun kurulmasıyla birlikte yörenin tanıtımına büyük katkı sağlayacağı, yöreye gelen bireysel yerli ve yabancı turist sayısında artış sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun yanında, yöreye gelen turistlere ilişkin istatistikler tutulmadığından hedef kitleye yönelik etkin bir pazarlama stratejisi yürütülememektedir. Turizm enformasyon bürosunun kurulmasıyla bu istatistiklerin de kayıt altına alınacağı düşünülmektedir.

3.2.5. İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Anket Sonuçları

Ankette işgörenlerin profilini belirlemeye yönelik 14 adet soru sorulmuştur. İşgörenlerin yaş düzeyi, eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum, yabancı dil bilgisi, işyerinde çalışma süreleri, turizmde çalışma süreleri, turizm eğitim durumu, işe başvuru yöntemi, çalışana yönelik eğitim, ödüllendirme faaliyetleri, işgören verimliliği, terfi olanakları, işle ilgili kararlara katılım, güvenlik gereksinimlerinin karşılanması, işletmeye bağlılık durumlarını belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. İşgörenlerin profilinin belirlenmesiyle olarak anketin oluşturulması yanında yöneticilerin, işgörenlerin cinsiyet, medeni durumları, yabancı dil bilgileri, işyerinde çalışma süreleri, turizmde çalışma süreleri, turizm eğitim durumları, işe başvuru yöntemleri, çalışana yönelik eğitim faaliyetleri, ödüllendirme faaliyetleri, işgören verimliliği, terfi olanakları, işle ilgili kararlara katılımları, güvenlik gereksinimlerinin karşılanması, işletmeye bağlılık durumları gibi konularda görüşleri alınmıştır. Tanımlayıcı istatistik kapsamında elde edilen bulgular Tablo 3.38’de yer almaktadır.

Tablo.3.38. İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Analiz Değerlendirmeleri

Çalışan Profili	Gruplar	Kişi (n)	%
Yaş Düzeyi	18-25 arası	6	17,6
	26-32 arası	9	26,5
	33-42 arası	11	32,4
	43-50 arası	5	14,7
	51 ve üzeri	3	8,8
Eğitim Durumu	Okur yazar	4	11,8
	İlköğretim	10	29,4
	Lise	14	41,2
	Üniversite	6	17,6

Cinsiyet	Erkek	21	61,8
	Kadın	13	38,2
Medeni Durum	Evli	26	76,5
	Bekar	8	23,5
Yabancı Dil Bilgisi	Hiç	9	26,5
	1 Yabancı Dil	16	47,1
	2 Yabancı Dil	6	17,6
	3 Yabancı Dil	3	8,8
İşyerinde Çalışma Süresi	1 yıldan az	3	8,8
	1-3 yıl	5	14,7
	4-6 yıl	11	32,4
	7-9 yıl	9	26,5
	10 ve üzeri	6	17,6
Turizm Sektörde Çalışma Süresi	0-5 yıl	9	26,5
	6-10 yıl	16	47,1
	11-15 yıl	6	17,6
	16 yıl ve üzeri	3	8,8
Eğitimin Turizmle İlgisi	Evet	8	23,5
	Hayır	26	76,5
Turizm Eğitim Durumu	Turizm eğitimi almadım	26	76,5
	Turizm Meslek Lisesi	3	8,8
	TUREM Turizm Eğitim Merkezi	5	14,7
İşe Başvuru Yöntemi	Dost-Arkadaş Tavsiyesi	9	26,5
	Kişisel Başvuru	6	17,6
	Diğer (İşletme sahibi ve ortağının ailesinden ve akrabasından olan)	19	55,9
Çalışana Yönelik Eğitim	Evet	9	26,5
	Hayır	25	73,5
Maddi ve Manevi Ödüllendirme	Evet	23	67,6
	Hayır	3	8,8
	Kısmen	8	23,5
Personel Verimliliği	Evet	27	79,4
	Hayır	2	5,9
	Kısmen	5	14,7
Terfi Olanakları	Evet	5	14,7
	Hayır	21	61,8
	Kısmen	8	23,5
İşle İlgili Kararlara Katılma	Evet	18	52,9
	Hayır	6	17,6
	Kısmen	10	29,4
Güvenlik Gereksinimlerin Karşılanması	Evet	26	76,5
	Kısmen	8	23,5
Güvenlik Gereksinimlerin Karşılama Şekli	İş ile ilgili risklerden koruyucu önlemler-sosyal güvence	4	11,8
	Adil ücret politikaları-işle ilgili risklerden koruyucu önlemler	6	17,6
	Hepsi	24	70,6
İşe ve İşyerine Bağlılık	İşimi seviyorum,başka bir işletmede çalışmam.	22	64,7
	İşimi seviyorum, fakat daha iyi olanaklar sağlayan bir işletmede çalışırım	7	20,6
	İşimi sevmiyorum, başka bir iş bulursam çalışırım	2	5,9
	İşimi sevmiyorum, fakat çalıştığım ortamdan memnunum.	3	8,8

- **Yaş Düzeyi:** Ankete katılan işgörenlerin %17,6'sı 18-25 yaş arası, %26,5'i 26-32 yaş arası, %32,4'ü 33-42 yaş arası, %14,7'i 43-50 yaş arası ve %8,8'i 51 yaş ve üzeri yaşta olduğu belirlenmiştir. Şirince de bulunan pansiyon ve işletmelerde çalışanlarının çoğunluğunun orta yaş grubu olduğu ortaya çıkmıştır. İşletme yöneticilerinin işgörenlerin yaşlarıyla ilgili değerlendirmelerinde işletmelerin aile işletmesi olduğundan genellikle aile fertlerinden olan eş, anne, baba ve kardeşlerin çalıştıklarını belirtmişlerdir. Aile fertlerine bağlı olarak orta yaş grubunda yoğunlaşma olduğu söylenebilir.

- **Eğitim Durumu:** Ankete katılanların %11,8'i okur-yazar, %29,4'ü ilköğretim, %41,2'si lise ve %17,6'sı ise üniversite mezunu olduğu saptanmıştır. Ankete katılan işyeri çalışanlarının çoğunluğunun lise mezunu oldukları tespit edilmiştir. Tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de eğitilmiş çalışanların varlığı hem diğer işletmeler hem de diğer çalışanlara büyük yararlar ve kolaylıklar sağlamakta müşterilerle daha iyi ilişkiler kurmalarını sağlamaktadır. Şirince'deki konaklama işletmelerinde çalışanların geneli köy halkından oluşmaktadır (Soykan, 2004: 77). Gelen turistlerle sosyal ilişkilerin geliştirilmesi ve sunulan hizmet kalitesinin geliştirilmesi açısından çalışanların eğitilmiş olması önemlidir. Genel olarak değerlendirildiğinde çalışanların büyük çoğunluğu eğitilmiş olduğu görülmektedir.

- **Cinsiyet:** Ankete katılan işgörenlerin %61,8'i erkek olurken, %38,2'sini kadın olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak değerlendirildiğine katılanların %40'a yakınının kadın olduğu tespit edilmiştir. Yörede bulunan halk genç, yaşlısı, kadını ve erkeğiyle turizmde aktif olarak çalışmaktadırlar. Şirince'de özellikle kırsal turizmin gelişmesiyle özellikle kadın istihdam artış yaşanmıştır. Katılım oranlarının kadın istihdamın arttığını göstermektedir. İşletme yöneticilerinin istihdam edilen personelin cinsiyetle ilgili değerlendirmelerde personel seçiminde köy kültürünü yansıtan köy kızlarına istihdam fırsatı sağladıklarını belirtmişlerdir.

- **Medeni Durum:** Ankete katılan işgörenlerin %76,5'i evli, %23,5'i bekardır. Ankete katılanların büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir. İşletme yöneticilerinin konuyla ilgili değerlendirmelerinde; pansiyon ve otel çalışanlarının büyük çoğunluğunun aile fertleri olması, genç nüfus istihdam edilse dahi yeni ev yapılamaması nedeniyle genç nüfusun göç etmesi dolayısıyla istihdam edilen köy halkının yetişkin olması dolayısıyla evli oranının yüksek olduğunu belirtmişlerdir.

- **Yabancı Dil Bilgisi:** İşgörenler müşterilerle kişisel ilişkiler kuran, istek ve ihtiyaçlarına cevap veren ve onlara hizmet sunan kişilerdir. Söz konusu iletişimin sağlamlığı, isteklere ve ihtiyaçlara daha iyi yanıt verilebilmesi ve sunulan hizmetin kalitesi açısından personelin yabancı dil bilgisi şarttır. İşgörenlerin %47,1'i bir yabancı dil, %17,6'sı iki yabancı dil, %8,8'i üç yabancı dil, %26,5'i ise hiç yabancı dil bilmemektedir. İşletme yöneticilerin çalışanların yabancı dil bilgisi ile ilgili değerlendirmelerinde personel seçiminde öncelikli yabancı dil bilgisi yerine yöre halkından olan ve doğaçlama yoluyla iletişim kuran kişileri tercih ettiklerini ve kişiliğe daha çok önem verdiklerini belirtmişlerdir. Bilinen yabancı dillere göre oranlama yapıldığında yabancı dil bilenlerin %64,9'u İngilizce, %18,9'u Fransızca, %16,2'si Almanca bilmektedir.

- **İşyerinde Çalışma Süreleri:** Ankete katılan işgörenlerin %8,8'i 1 yıldan az, %14,7'si 1-3 yıl arası, %32,4'ü 4-6 yıl arası, %26,5'i 7-9 yıl arası ve %17,6'sinin ise 10 yıl ve üzeri bulundukları işyerinde çalıştıkları tespit edilmiştir. Ankete katılan işgörenlerin çoğunun 4-6 yıl arası çalışmakta oldukları görülmüştür. Bu durumun pansiyonların ve otellerin faaliyete geçiş tarihlerine bağlı olduğu düşünülebilir. Genel olarak değerlendirildiğinde işgörenlerin uzun süre işletmede çalıştıkları görülmektedir. İşletme yöneticilerinin konuyla ilgili değerlendirmelerinde istihdam edilen genç personelin evlenme dolayısıyla zorunlu ayrılmaları dışında aynı personeli tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bu yüzden personelin işletmede çalışma sürelerinin uzun olduğunu ve işgücü devir oranının düşük olduğunu belirtmişlerdir.

- **Turizm Sektöründe Çalışma Süreleri:** Ankete katılan işgörenlerin %26,5'i 0-5 yıl arası, %47,1'i 6-10 yıl arası, %17,6'sı 11-15 yıl arası, %8,8'i 16 yıl ve üzeri turizm sektöründe çalışmaktadırlar. İşgörenlerin turizm sektöründe çalışma süreleri %47,1 ile 6-10 yıl arasında yoğunlaştığı ve 10 yıl üzeri çalışanlarında çoğunlukta olduğu görülmektedir. İşletme yöneticilerinin konuyla ilgili değerlendirmelerinde çalışanların çoğunluğunun yöre halkından oluşması ve yöre halkının turizmde çeşitli uğraşlar vererek aktif rol almaları nedeniyle işgörenlerin turizm sektöründe çalışma sürelerinin fazla olduğunu belirtmişlerdir.

- **Turizm Eğitim Durumu:** İşgörenlerin %23,5'i eğitimlerinin turizmle ilgili olduğunu belirtmiştir. Turizm eğitimi alanların %8,8'i turizm meslek lisesinden ve %14,7'si TUREM Turizm Eğitim Merkezi'nden mezun olduklarını belirtmişlerdir. İşletme yöneticilerinin konuyla ilgili değerlendirmelerinde çalışanların büyük çoğunluğunu turizm

eğitimi almadıklarını, işgörenlerle uzun senedir birlikte çalıştıklarından turistlere sunulan hizmette turizm eğitim eksikliğini hissetmediklerini belirtmişlerdir.

- **İşe Başvuru Yöntemi:** İşgörenlerin iş bulmada ve işe başvurmada yararlandıkları kaynaklar değerlendirildiğinde ankete katılanların %55,9'u işletme sahibinin ve ortağının ailesinden veya akrabasından oldukları, %26,5'i dost ve arkadaş tavsiyesiyle, %17,6'sı ise kişisel başvuru yöntemiyle geldiklerini belirtmişlerdir. İşletme sahipleri ve yöneticilerinin konuyla ilgili değerlendirmelerinde işletmelerinin aile işletmesi olması nedeniyle çalışanlarının büyük çoğunluğunun aile ve akrabaların olduğunu, fazladan eleman ihtiyaç duyulduğunda ise yöre halkından istihdam etme yoluna gittiklerini belirtmişlerdir.

- **Çalışana Yönelik Eğitim:** İşgörenlerin "İşletmede personel yetiştirmeye ve geliştirmeye yönelik eğitim veriliyor mu?" sorusuna ilişkin vermiş oldukları yanıtlarda %73,5'i eğitim verilmediğini ve %26,5'i ise işletmede eğitim verildiğini belirtmiştir. İşletme yöneticilerinin konu ile ilgili değerlendirmelerinde çalışanların uzun süredir işletmede çalıştıklarını, zaten daha önceden turizmle ilgili deneyimli olduklarını belirtmişlerdir. Yeni başlayanlara yönelik olarak işe alıştırma eğitimi verdiklerini, bununla ilgili pansiyon ve otel hakkında bilgiler vererek işin işleyişi hakkında bilgi verildiğini, bunun dışında personele yetiştirmeye yönelik olarak müşteri ilişkileri ve hizmet sunumu hakkında bilgi verildiğini belirtmişlerdir.

- **Ödüllendirme Faaliyetleri:** İşgöreni ödüllendirme faaliyetleri, işgörenlerin motivasyonu ve verimliliği açısından gereklidir. İşletmelerde uygulanan ödüllendirme faaliyetleri genellikle ayın işgörenin seçilmesi, fazla izin verilmesi, tatil olanağının sunulması ve toplanan tiplerin dağıtılması şeklinde olmaktadır (Dalkıranoglu, 2002: 101). İşgörenlerin "Çalışanlara maddi ve manevi ödüllendirme yapılıyor mu?" sorusuna ilişkin vermiş olduğu yanıtlarda %91,2'si (kısmen ya da tamamen) ödüllendirme yapıldığını, %8,8'i ise ödüllendirme yapılmadığını belirtmişlerdir. İşletmelerde yapılan ödüllendirme faaliyetleri, turistlerden toplanan tiplerin paylaşılması, izinlerde esneklik, işgören yaptığı işlerin övülmesi, moral verilmesi, kişiliğe saygı vb. şeklinde olmaktadır. İşletme yöneticilerinin ödüllendirmeye ilgili olarak turistlerin bıraktığı tiplerin paylaşıldığı ifade etmişlerdir. Manevi ödüllendirme olarak işletme çalışanlarının tanınmış olması itibarıyla işletme ortamının sıcak bir ortam olduğunu, çalışanlara saygılı davranıldığını, işlerinde ve özel hayatında sıkıntılarının

dinlenerek moral verildiğini, işgörenin yaptığı işlerin ve başarıların övüldüğünü belirtmişlerdir.

- **İşgörenlerin Verimliliği:** İşgörenlerin çalıştıkları işletmedeki iş arkadaşlarının verimliliği hakkındaki düşüncelerini incelediğimizde işgörenlerin %79,4'ü tamamen, %14,7'si ise kısmen iş arkadaşlarını verimli bulmaktadır. Verimli olmadığını düşünenlerin oranı %5,9 ile oldukça düşüktür. İşletme yöneticilerinin işgörenlerin verimliliği hakkındaki düşüncelerinde çalışanların çoğunluğunun tanıdık ve yöre halkından olması nedeniyle işletmedeki yakın ortamın oluştuğunu ve çalışanların işlerini benimsediklerini belirtmişlerdir. Bunun yanında işgörenlerin verimliliğinden memnun olduklarını bu yüzden her sene aynı personeli tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

- **Yükselme Olanakları:** İşgörenlerin “Çalıştığınız işletmede terfi olanağı sağlanıyor mu?” sorusuna ilişkin vermiş olduğu yanıtlarda %38,2'si (kısmen ya da tamamen) terfi olananın olduğunu, %61,8'i ise terfi olanağının olmadığını belirtmişlerdir. İşletme yöneticilerinin terfi olanaklarıyla ilgili görüşlerinde işletmede müdür ve şef pozisyonun belirgin olmadığını bu bağlamda terfi olanağının mümkün olmadığını ancak özellikle aileden olan ve yıllardır işletmeye emek veren işgörelere müdür ve şef adı verilmese de yetki konusunda birçok yetkiler verdiklerini belirtmişlerdir.

- **İşle İlgili Kararlara Katılım:** İşgörenlerin çalışma alanları ile ilgili kararlara katılımları motivasyonları ve verimlilik açısından gereklidir. Ankete katılanların işle ilgili kararlara katılma konusundaki değerlendirmelerde %52,9'u kararlara katıldıklarını, %29,4'ü ise kararlara kısmen katıldıkları belirtmişlerdir. Genel olarak bakıldığında çalışanların %82,4'ü kısmen ya da tamamen kararlara katılmaktadır. İşletme yöneticilerinin konuyla ilgili değerlendirmelerde çalışanların çoğunluğunun yakınları olması nedeniyle alınan kararlarda işgörenlerinde fikirlerini aldıklarını belirtmişlerdir.

- **Güvenlik Gereksinimlerin Karşılanması:** İşgörenlerin çalıştıkları işletmede güvenliklerinin sağlanması işletmeyi tercih etmelerini sağlayan ve çalıştıkları işletmeye bağlılıklarını arttıran bir faktördür (Dalkıranoğlu, 2002: 107). Ankete katılanların güvenlik gereksinimlerinin (ücret, iş güvenliği) karşılanmasıyla ilgili değerlendirmelerde %76,5'i güvenlik gereksinimlerinin karşılandığını, %23,5'i ise kısmen karşılandığını belirtmişlerdir.

İşletme yöneticileri güvenlik gereksinimiyle ilgili olarak gerek iş güvenliği gerekse ücret konusunda çalışanlarının güvenliğini sağladıklarını belirtmişlerdir.

- **Güvenlik Gereksinimlerin Karşılama Şekli:** İşgörenlerin güvenlik gereksinimleri sosyal güvenlik (lojman sağlanması, sigorta vb.), ücret eşitliği ve işle ilgili risklerden koruyucu önlemler alma şeklindedir (Dalkıranoglu, 2002: 108). İşgörenlerin güvenlik gereksinimlerinin karşılanma şekline ilişkin değerlendirmelerinde %70,6'sı tüm güvenlik gereksinimlerinin karşılandığını, %17,6'sı adil ücret politikaları izlendiğini ve işle ilgili risklerden koruyucu önlemler alındığını, %11,8'i ise işle ilgili risklerden koruyucu önlemler alındığını ve sosyal güvenliklerinin sağlandığını belirtmişlerdir. İşletme yöneticileri konu hakkındaki görüşlerinde personelin güvenlik gereksinimlerinin karşılandığını belirtmişlerdir.

- **İşletmeye Bağlılık:** İşgörenlerin işine ve işyerlerine bağlılıklarını ölçmek için sorulan soru sonucunda; işgörenlerin %64,7'si işlerini sevdiklerini ve başka bir işletmede çalışmayacaklarını belirtmiştir. İşgörenlerin %20,6'sı ise işini sevdiklerini ancak fakat daha iyi olanaklar sağlayan bir işletmede çalışabileceklerini belirtmişlerdir. İşletmeyi sevme açısından baktığımızda çalışanların %85,3 oranında bağlılık söz konusudur. İşletme yöneticileri konuyla ilgili değerlendirmelerinde işletme çalışanlarının işe ve işletmeye bağlılıklarının yüksek olduğunu, bu bağlılığın işlerine yansıdığı ve iş yerinde verimli ve istekli çalıştıklarını bu yüzden personelin değişmediğini ve her yıl aynı personelin alındığını belirtmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Şirince'nin kırsal turizm potansiyeli arz açısından yüksek olmakla birlikte, potansiyelin yeterince kullanılmamaktadır. Şirince'de kırsal turizmin sürdürülebilir kılmak ve geliştirmek için köyün güçlü yönlerinin korunması, zayıf yönlerinin güçlü yöne çevrilmesi, fırsatların farkına varılarak kırsal turizme kazandırılması ve tehdit unsurlarının da yöre için avantaja çevrilmesi gerekir. Yapılan SWOT analiziyle Şirince'nin kırsal turizm açısından güçlü yönleri, zayıf yönleri, sahip olduğu fırsatlar ve mevcut ve potansiyel tehdit ve tehlikeler tespit edilerek toplu olarak Şekil.3.2'de gösterilmiştir. Şirince köyünün rekabet gücü yüksek, güçlü yönleri fazla ve zayıf yönleri az olan bir köydür. Bu dengenin korunması, kırsal turizmin sürdürülebilirliği ve yöre turizminin gelişmesi için yapılması gerekenleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

Kırsal turizmin sürdürülebilirliği açısından yörenin taşıma kapasitesi büyük öneme sahiptir. Ülkemizde kıyı turizmi üzerinde yoğunlaşılması nedeniyle birçok turistik destinasyon taşıma kapasitesini doldurmuş ve plansız gelişme sonucunda altyapı bozuklukları, çevre kirliliği, çarpık kentleşme gibi birçok sorun baş göstermiştir. Şirince'nin şu anki arz kapasitesine bakıldığında günümüzdeki talebi zor karşılamaktadır. Köyün sit alanı olması nedeniyle yeni yerleşime izin verilmediğinden köyün arz kapasitesini yükseltmek mümkün olmamaktadır. Şirince'de konaklama hizmeti eski köy evlerinin restore edilip, pansiyon ve butik otel olarak hizmet verilmesiyle gerçekleşmektedir. Yeniden yapılanma nedeniyle ortaya çıkabilecek imar sorunları köyün çekiciliğinin yitirmesine yol açabilecektir. Bu bağlamda mevcut evlerin kullanılması haricinde otel türünde yapılaşmaya izin verilmemelidir. Köydeki artan konaklama kapasitesini karşılamak üzere köylülerin kendi oturdukları evlerin bir-iki odasını turiste ayırması veya kiraya vermesi düşünülebilir. Aynı zamanda 19.yüzyılda yaklaşık 5000 rum nüfus barındıran ve 1800 haneden oluşan köyün yeniden bu sayıya ulaşmasına yönelik bir proje düşünülebilir. Turizm, kendi başına köyden kente göçü önlemesine rağmen yeniden yapılanmanın önlenmesi nedeniyle yeni ev yapımına izin verilmediğinden yeni evlenenler köyden kente mecburi olarak göç etmektedirler. Bu yüzden köyde yaşlı nüfus fazla olmakla birlikte turizme adapte olabilecek genç nüfus oranı oldukça azdır. Bu proje sayesinde köyde büyük sorun yaratan köyden kente göç büyük oranda önlenecektir.

Şekil.3.1. Şirince'nin Kırsal Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi

Fırsatlar (Opportunities) - Dünya turizm hareketlerindeki değişimler - Türkiye'nin Avrupa Birliğine girmesi - Turizm Bakalığının turizmi 12 aya yayma ve alternatif turizmi geliştirme politikaları - Ege Bölgesine yönelik artan iç turizm talebi - Şirince'nin Efes, Meryemana, St. Jean, Artemis Tapınağı vb. tarihi inanç merkezlerine yakınlığı - Yörenin Kuşadası Limanına ve İzmir Havaalanına yakınlığı - Koruma altına alınan doğal ve tarihi değerler - Turizm mevsiminin uzaması - Turizm yörenin sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlar - Turizm yörenin kadın istihdamında artış sağlar - Turizm yöre halkının gelirlerini artırır - Turizm yöre halkının yaşam standartlarını artırır	D İ Ş S A L	Tehditler (Threats) - Uluslararası siyasi belirsizlikler - Terörist faaliyetler - Sürdürülebilir turizm gelişiminin uygulanmaması - Doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski - Restorasyon eksikliği - Yörede yeniden yapılanma nedeniyle ortaya çıkabilecek imar sorunları - Köyden kente göç - Turizmin yöredeki enflasyonist etkisi - Yörede alt yapı ve üst yapı olanaklarının geliştirilmesi için yetersiz finansal kaynak aktarımı - Kırsal turizmi geliştirme amaçlı kurulmuş dernek ve kooperatiflerin eksikliği
Güçler (Strengths) - Yöre insanının geleneksel konukseverliği - Yörede şarapçılığın gelişmiş olması - Yöreye has el sanatlarının varlığı - Yöredeki tarihi varlıklar (Evler, Kiliseler vb.) - Kırsal turizme uygun zengin doğal kaynaklar - Tahrip edilmemiş çevre - Yöre insanının olum imajı (Sempatik kişiliği vb.) - Yerel halkın turizm bilinci - Yöre mutfağının zenginliği - Yeterli üst yapı olanakları - Festival ve Şenlikler - Çiftçilerin tarımsal kaynakları turizmde kullanılması konusunda istekliliği - Yöredeki seyahat acentaları yöreye yeterli hizmet vermektedirler - Yörenin bağlı bulunduğu ilçe merkezindeki ve yöredeki kamu kamu kuruluşları ve yerel yönetimlerin turizm eğitimi almış olmaları - 2008 yılı itibarıyla KDV oranındaki düşüş - Yabancı sermayenin olmayışı	İ Ç S E L	Zayıflıklar (Weakness) - Tanıtım eksikliği - İnternet siteleri yöre tanıtımı için yetersizliği - Turizmin gelişimi için alt yapının yeterli olmayışı - Alt yapının yeterli olmayışı - Ulaşım ile ilgili problemler (yolların bozukluğu trafik sıkışıklığı vb.) - Turistik hizmet kalitesinin yetersizliği - Turizm olgusuna adapte olabilecek genç ve dinamik nüfus eksikliği - Yöre hakkında bilgi sahibi olan eğitimli turist rehberi eksikliği - Yöredeki turistik işletme ve çalışanlarının turizm eğitimi eksikliği - Yöredeki turistik işletme ve çalışanların yabancı dil bilgisi eksikliği - Yöre halkına yönelik turizm eğitim programı eksikliği - Özel işletmeler ile kamu işletmeleri arasında koordinasyon eksikliği - Yön tabelaları, haritalar ve yöreyi tanıtıcı levhaların yetersizliği

**ŞİRİNCE'NİN
KIRSAL TURİZM
POTANSİYELİNİN
SWOT ANALİZİ**

Kırsal turizmde tarihsel yapılardan yararlanıldığından kırsal çevrenin iyileştirilmesine ve sağlıklı hale getirilmesine ihtiyaç vardır. Şirince'nin özgün yerleşim dokusunu ve konutlarını korumak ve yaşatmak üzere köy "Kentsel Sit Alanı" olanı olarak tanımlanmış, köydeki iki kilise, ilkokul ve evler "Korunması Gerekenli Taşınmaz Kültür Varlığı" olarak kabul edilmiştir. Günümüzde yöreye gidildiğinde özgün mimarisini korunduğu görülebilir. Ancak bazı evler ve kiliseler köyün sit alanı olması nedeniyle onarılamadığından kötü durumdadır. Yapılan görüşmelerde bakıma ve onarıma ihtiyaç duyan birçok evin bakımsızlık nedeniyle yıkıldığı belirtilmektedir. Bu bağlamda restorasyon çalışmalarına aslına uygun olarak izin verilmesi koşuluyla sit alanlarıyla ilgili yasal düzenlemelerin yeniden yapılandırılması şarttır. Şirince ve çevresinde birçok kilise, kule ve manastır kalıntıları bulunmasına karşın turizmde yeterince değerlendirilmemektedir. Bu bağlamda, restorasyonu mümkün olan tarihi mekanların, potansiyel arkeolojik kazı alanlarının tespitinin yapılarak uygulama programları oluşturulmalıdır.

Kırsal turizmde de diğer turizm türlerinde olduğu gibi tanıtım turizmin devamlılığı için şarttır. Yöre tanıtımıyla ilgili olarak birçok yerli ve yabancı dergide ve gazetede, dizilerde, turistik yayınlarda Şirince'ye yer verilmektedir. Yöredeki şarap evleri ve pansiyon işletmelerinin bastırması olduğu tanıtım kitapçığı olsa da yöre tanıtımıyla ilgili Şirince'ye özgü bastırılan bir kitap veya CD bulunmamaktadır. Ayrıca, Şirince'nin bulunduğu yakın bölgede yöreyi tanıtıcı reklam tabelası, yönlendirme levhaları ve haritalar yok denecek kadar azdır. Ülkemizde son yıllarda kırsal alanlarda TV dizisi yapılmaya başlanmıştır. Şirince'de Hekimoğlu, Dabbe gibi birçok dizi çekimi yapılmıştır. Bu sayede, çoğu insan aktör ve aktrisleri görmek, tarihi yerleri ziyaret etmek ve nostaljiyi yaşamak üzere köylere gitmektedir. Şirince'ye Türklerin yerleşmesi ve Rumların mübadelesine yönelik bir tarihi film veya dizinin çekilmesi önerilebilir. Bununla ilgili yerel yönetimlerin sağlayacağı kolaylıklar böyle bir projenin gerçekleşmesini sağlayacaktır. Bu proje hem yörenin tanıtımına hem de yöreye gelen ziyaretçi sayısında artış sağlayacaktır. Şirince'nin yakın çevresindeki dünyaca tanınan tarihi inanç merkezlerine yakın olmasına karşın çoğu turist tur programında olduğu için tesadüfi olarak köye uğramaktadırlar. Şirince'nin uluslararası turizm piyasasında tanıtımının yapılması şarttır. Yörenin turizm dış pazarda tanıtımı yapılırken; coğrafi, tarihi ve kültürel açıdan bütünlük arz eden Meryem Ana Evi, Efes, Artemis Tapınağı gibi dünyada adını duyurmuş inanç merkezlerinden faydalanılmalıdır. Turizm Bakanlığı tarafından bastırılan broşür ve kitaplarda Şirince'ye mutlaka yer verilmeli, Şirince'nin dış fuarlara katılımı sağlay köye doğrudan talep yaratılarak, konaklamalı müşteriler çekilmelidir. Yörede yer alan pansiyon,

otel ve şarap evlerinin kendilerine ait siteleri olmasına karşın yöre tanıtımıyla ilgili kamu kuruluşlarının özellikle şirince tanıtımı için açmış olduğu site bulunmamaktadır. Selçuk Belediye'si ve Selçuk Kaymakamlığı'nın hazırlamış olduğu siteler altında Şirince'ye yer verilmesine karşın bu bilgiler çok yetersizdir. İnternet üzerinden yapılacak tanıtımlar, daha fazla tüketiciye ulaşma imkanını sağladığından Şirince'ye ait bir tanıtım sitesi mutlaka kurulmalıdır.

Kırsal turizme açılacak alanların ve yerleşmelerin altyapı durumlarının yörede turizmin gelişmesini kaldıracabilecek düzeyde olması gerekir. Şirince, ulaşım açısından erişilebilirlik konusunda çok fazla seçeneğe sahip olmasına karşın yolun bozukluğu ve trafik sıkışıklığı gibi nedenlerle yol durumunun çok iyi olmadığı belirtilmektedir. Yine alt yapı eksikleriyle ilgili olarak köyün sit alanı olması nedeniyle köyün kanalizasyon yapısının bozuk olmasına karşın müdahale edilememektedir. Bu konularda yasalarla boğuşan köylülere kurumların daha yardımcı olmaları gerekir. Yapılan görüşmelerde ulaşım problemiyle ilgili getirilen önemli bir öneri teleferik çalışmasıdır. Konuyla ilgili olarak fizibilite çalışmaları yapılarak uygulanabilirliğinin araştırılması gerekmektedir. Böyle bir uygulama köye farklı bir otantiklik getirecek ve yeni turistik talep yaratacaktır. Örneğin; İsviçre'nin Bernese Oberland Bölgesi her yaz yarım milyondan fazla ziyaretçi çekmektedir.

Kırsal ekonominin gelişmesi ancak, devlet, mahalli idareler ve halkın işbirliğiyle sağlanabilir. Koordinasyon, hizmet kalitesinin ve yaratıcılığın artması, düzenli olarak turistlerin beklentilerinin ve turistik pazarın takip edilmesi açısından büyük öneme sahiptir. Ancak bu şekilde kırsal yerleşmeler başarıyı yakalamaktadırlar. Yöredeki özel işletmeler ile kamu idareleri arasındaki koordinasyon eksikliği yöre için önemli bir eksikliktir. Özel işletmelerin kendi aralarında da turizmi geliştirmek için mevcut dernek veya kooperatif bulunmamaktadır. Planlamadan, tanıtıma kadar her faaliyet bir ortak yönetim altında toplanmalıdır. Kırsal turizmde bir örgüt altında olmadan işlerin yürütülmesi çok zordur ve bireysel çabalar geleceği garanti edemez. 2005 yılında kurulan Şirince Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifinin kurulmuştur. Kooperatif doğrudan kırsal turizmle ilgili olmasa da dolaylı olarak köyde üretilen tarımsal ürünlerin büyük çoğunluğu turizmde değerlendirilmektedir. Turizmle doğrudan bir dernek veya kooperatif kurulduğu takdirde rekabet avantajı daha çok artacak ve daha güçlü olacaktır.

Kırsal turizmde yeterli olarak tanıtımın yapılması, alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi, yasa ve düzenlemelerin uygulanması ve sağlık, eğitim vb. insani olanakların geliştirilmesi için belirli bir miktarda fona ihtiyaç duyulmaktadır. Şirince'ye aktarılan finansal kaynağın yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Kırsal turizmi gelişimi açısından finansal kaynak yetersizliği yöre turizmi gelişimi açısından tehdit olabileceği söylenebilir. Yerel yönetimler Şirince'yle ilgili projeler üreterek ulusal ve uluslararası düzeyde birçok kamu ve özel kuruluştan fon sağlayabilirler. Örneğin, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu Başkanlığı kültür turizmi kapsamında birçok şehirdeki kutsal mekanları tespit ederek yol yapımından çevre düzenlemesine çeşitli altyapı eksikliklerine gidermek üzere bu yörelere büyük miktarda fon aktarımı yapmıştır. Yine, yerel bölgeler arasındaki yoksulluk farkını azaltmak, kırsal toplumun yaşam standartlarını yükseltmek, göçü engellemek ve kültürel farklılıkları en aza indirmek üzere geliştirilen çoğu proje International Fund for Agricultural Development (IFAD) (Uluslararası Tarım Gelişim Fonu) gibi yabancı kaynaklı fonlar tarafından finanse edilmektedir. Ülkemizde bitmiş veya sürdürülmekte olan Çorum-Çankırı, Erzurum, Ordu-Giresun, Bingöl-Muş, Yozgat Kırsal Gelişim Projesi olmak üzere çok sayıda proje bulunmaktadır.

Kırsal el sanatlarının ülkelerin ve bölgelerin kültürel mirasında öncelikli ve önemli yeri vardır. Hediyelik ve hatıra eşyaları, turistlerin daha fazla döviz bırakmalarını sağlar, turistlerin izlenimlerini canlı tutar ve görüldükleri yerlerde yöreyi tanıtır. Şirince'nin kendine özgü el sanatı olmasa da köy kadınlarının yaptıkları el işleri her zaman beğeni topladığı için, özellikle tığ ve şiş örgüleri büyük rağbet görmektedir. Yapılan bu el işlerinde yöreye özgü desen ve motifler yaratılarak bu avantaj daha etkili hale getirilebilir. Haftanın pazar günleri sergi günleri düzenlenerek çeşitli aktivitelerle bütünleştirip özellikle yerli turist talebini arttırılması sağlanabilir. Örneğin, Galiçya sınırında Astures'lerin doğusunda Taramundi Bölgesinde geliştirilen bir projeyle beldenin el sanatlarını sergileyen bir logo (bıçaklar, çakılar, bakır, ağaç, peynir, reçel, bal, dokumacılık) yaratılmıştır.

Kırsal turizmde otantiklik çok önemlidir. Bu nedenle Şirince köyünde otantik yapıyı bozacak düzenlemelerden kaçınılmalıdır. Pansiyon olarak hizmete açılan evler, kültürü yansıtabilecek dekoruyla hizmet vermeli, onarımlar eskisine uygun olmalıdır. Köyde bulunan plastik, masa, sandalye gibi, cam çerçeve gibi köye yabancı malzeme sokulmamalıdır. Köyde korunmuş birçok ev olmasına karşın kültür evi olarak hizmet veren ev bulunmamaktadır. Şirince'ye yönelik olarak bir kültür evi projesi oluşturularak 19. yüzyıl rum

evi orjinaline uygun olarak dekor edilmeli ve turistik gezilere açılmalıdır. Bunun yanında eski şarap mahsenlerine yönelik bir proje düşünülebilir. Örneğin, Kanada Ontario’da bulunan tarım ağırlık küçük bir kent olan Saint-Jacobs’da tarihi buğday ambarları sanat merkezleri haline dönüştürülerek, turistik talep için yoğun bir ilgi odağı olmuştur.

Kırsal turizmi tercih eden turist, köyün içinde kaldığı kadar, ağaçların, bitkilerin, hayvanların patikaların suların da yanında olmayı istemektedir. Şirince’de kırsal turizm genellikle kültür turları kapsamında tarihsel ve kültürel yerleri gezmekle sınırlı kalmaktadır. Şirince köyünün doğal çevresi doğa yürüyüşleri için çok olanaklıdır. Şirince’den Selçuk’a 8. km.’lik bir yürüyüş yoluyla ulaşılabilir. Bunun yanında Şirince-Çamlık köyü ve Şirince-Zeytinköy arasında yürüyüş yolları düzenlenebilir. Bu yürüyüş yolları aktif hale getirilerek kendine özgü bir kimlik kazandırılabilir. Örneğin Fransa’da kırsal alanların gelişmesinde temel çekiciliklerden biri kırsal yollardır. Her kırsal yürüyüş güzergahı için kendine özgü kimlik yaratılmıştır. Bu yolların bazıları tarım ve hayvancılık alanlarını, bazıları ilginç doğal mekanları temsil etmektedir. Şirince’de arıcılık, ata binme, zeytin yağının yapımını izleme gibi imkanlar turistlere sağlanmasına karşın bilinmediğinden çok fazla rağbet görmemektedir. Çiftçiler, tarımsal alanlarını turistlerin kullanması için vermek konusunda istekli olduklarından turistlerin tarımsal faaliyetlere katılmaları sağlanabilir ve tarımın nasıl yapıldığını gösterilebilir. Örneğin; Fransa’da Soulages-Bonneval yöresinde, “keşif çiftliği” projesi adı altında tarımın nasıl yapıldığını göstermek amacıyla bir müze kurulmuştur. Böylece daha önce az gelir getiren et-süt hayvancılığı ve tarıma uygun olmayan topraklar turizm sayesinde yeni bir kimlik kazanmıştır.

Kırsal turizme katılanlar çoğunlukla orta gelir grubu kişiler olduklarından ve yörenin kırsal alanda yer almasından dolayı fiyatların standart ve makul düzeyde olması gerekir. Yüksek turizm sezonu dışında fiyatların indirilmesi, tanıtımda rol oynadığı gibi o yörenin çekiciliği arttırmakta, hem de düşük sezondan gelir elde edilmesini sağlamaktadır.

Kırsal turizmin gelişmesi için potansiyelin olması yanında potansiyelin en iyi biçimde değerlendirilmesi gerekir. Bu aşamada turistlerin istek ve beğenilerinin tespit edilmesi çok önemlidir. Hem potansiyele hem de turistlerin istekleri ve beğenilerine göre turistik ürünler oluşturulmalıdır. Şirince’de çok sayıda turist gelmesine ziyaretçilerle ilgili istatistiki veriler tutulmamaktadır. Yapılan görüşmelerde yöreye turizm enformasyon bürosunun kurulacağı

belirtilmiştir. Bu kurumun kurulmasıyla birlikte ziyaretçilerle ilgili istatistik veriler kayıt altına alınarak hedef kitleye yönelik daha etkin pazarlama stratejileri yürütülebilecektir.

Kırsal alanların tanıtımında ve yöreye turistik talebin çekilmesinde seyahat acentalarının büyük role sahiptir. Seyahat acentaları İzmir çevresi veya Ege Bölgesi “Kültür Turları” kapsamında Şirince’yi programa dahil etmektedirler. Aynı zamanda Selçuk ve Kuşadası’na gelen turistlere günübirlik geziler düzenlemektedirler. Seyahat acentaları Şirince’yi tanıtım rolü de görmektedirler. Bu bağlamda, yöredeki seyahat acentelerinin, yörenin turizm potansiyelinin kazandırılması ve pazarlanması için yeterli çabayı gösterdikleri söylenebilir. Ancak, gelen turistlerin çoğu turlarla geldiklerinde köyde konaklama yapmamaktadırlar. Seyahat acentalarının yöreye konaklamalı turist çekmek için pansiyonlarla kordinasyon içerisinde olmalıdırlar. Köy çevresinde bulunan birçok otelden köye bireysel olarak ziyaret gerçekleştirilmektedir. Oteller tarafından gerçekleştirilen günübirlik gezi programlarına Şirince’nde dahil edilmesi yörenin turizm potansiyelini geliştirecektir.

Kırsal turizmde düzenlenen festival ve şenlikler dolayısıyla kırsal alanlara çok sayıda turist çekilmektedir. Şirince’de her yıl Ekim ayında Şirince Bağbozumu şenlikleri yapılmaktadır. Bunun yanında Selçuk’ta da deve güreşleri, kurtuluş günü şenlikleri, kültür-sanat-turizm şenlikleri olmak üzere birçok şenlik ve festival yapılmaktadır. Yapılan bu şenlik ve festivaller yöreye çok sayıda yerli ve yabancı turist çekmektedir. Özellikle Şirince’de bu şenlik ve festivallere ağırlık verilmelidir. Şirince’de bağbozumu şenlikleri dışında mevsim meyvelerine yönelik bir şenlik düzenlenebilir. Örneğin, Fransa’nın Soulages-Bonneval yöresinde bir projeyle “ziyarete açık çiftlikler” fikri ile mevsim meyveleri bir şenlik kapsamında tanıtılarak satılmaktadır.

Kırsal turizmde yöre halkıyla turist arasında kişisel ilişkiyi gerektirmektedir. Yörede çalışanların büyük çoğunluğunu köy halkı oluşturmaktadır. Turistlerin beklentilerin daha iyi karşılanması ve sunulan turistik hizmetin kalitesi açısından yöre halkına eğitim verilmesi önemlidir. Yapılan anket sonuçların sunulan hizmet kalitesinin yetersiz olduğu, çalışanların büyük çoğunluğunun turizm eğitimi almadıkları ve yabancı dil bilmedikleri tespit edilmiştir. Gelen turistlere sosyal ilişkilerin geliştirilmesi ve sunulan hizmet kalitesinin geliştirilmesi açısından yabancı dil, misafir ilişkileri, kalite iyileştirme, turizm vb. konularda kurslar düzenleyerek yerel halkın ve çalışanların bilinci geliştirilmelidir.

Kırsal turizmin en önemli özelliklerinden biri günübirlik olması ya da konaklama süresinin çok kısa olmasıdır. Kırsal alanlarda konaklama süresi genellikle bir haftayı geçmez. Konaklayanlara ya da günübirlik gelenlere sunulan etkinlikler veya hizmetler, turistik çekiciliği arttırmaktadır. Şirince'deki konaklama işletmeleri aile işletmesi oldukları çalışan işgörenlerin çoğunluğu eş, anne, baba ve kardeşlerden oluşmaktadır. İşletmelerde çalışan işgörenlerin çoğunluğu turizm eğitimi almamış ve yabancı dil bilgisine sahip değildir. İstihdam edilen genç personelin evlenme dolayısıyla zorunlu ayrılmaları dışında aynı personeli tercih edilmektedir. Bu yüzden işgücü devir oranı düşüktür. İşgören seçiminde aile ve akrabalarından olanlar tercih edilmekte, fazladan eleman ihtiyaç duyulduğunda ise yöre halkından istihdam edilmektedir. Hizmet içi eğitimle ilgili sadece yeni başlayanlara yönelik olarak işe alıştırma eğitimi verilmektedir. Ödüllendirmeye ilgili olarak işgörenler arasında turistlerin bıraktığı tiplerin paylaşılmaktadır. İşgörenlerin verimliliği yüksektir. İşletmelerde terfi olanağı olmasa da özellik aileden olan ve yıllardır işletmeye emek veren işgörelere müdür ve şef adı verilmese de yetki konusunda birçok yetkiler verilmektedir. İşgörenlerin çoğunluğunun tanıdık olması nedeniyle alınan kararlarda işgörenlerinde fikirleri alınmaktadır. İşgörenlerin, işe ve işletmeye bağlılıkları yüksektir.

Kırsal turizmde özellikle yerli turistler yöreyi sıklıkla ziyaret ettiklerinden yöreye bağlılıkları yöre turizminin geleceği açısından büyük öneme sahiptir. Şirince köyü halkı, yabancıya açık ve turisti seven insanlardan oluşmakta, yerli ve yabancı turistleri konuk etme eğilimi çok yüksektir. Köye gelen turistlere oldukça ilgili davranmaktadırlar. Bu bağlamda, yöre insanının geleneksel konukseverliğinin ziyaretçilerin yöreden memnun ayrılmasında büyük rol oynadıkları söylenebilir. Yöreye gelen yerli ve yabancı turistlerin yöreye sadakatiyle ilgili değerlendirmelerinde büyük çoğunluğu yöreye ilk kez gelmesine karşın fırsatları olsa gelmeyi tekrar düşündüklerini, aile ve arkadaşlarına veya yöreyi sorunlara gelmelerini tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Yöre sadakatının yüksek çıkması yörenin özellikle uluslararası turizm piyasasında bireysel olarak tanıtılmasında büyük rol oynayacaktır. Bu tanıtımların diğer yazılı ve görsel tanıtım araçlarından daha etkili olmasından dolayı yöreye gelen turist sayısında büyük oranda artış sağlayacaktır.

Sonuç olarak, Şirince'nin kırsal turizm arz potansiyeli güçlü bir yapıya sahiptir. Şirince'nin kırsal turizmin gelişmesi ve sürdürülebilirliği açısından bir köyde olması gereken tüm koşullar mevcuttur. Ancak, köyün sit alanı olması nedeniyle restorasyona izin verilmemesi, ev olmaması nedeniyle yöre halkının zorunlu göç etmesi ve bu nedenle genç

nüfusun yok denecek kadar az olması, tanıtım eksikliği, altyapının yetersiz oluşu, halkın turizmi eğitimi konusunda eksiklikleri ve özel işletmeler ile kamu işletmeleri arasında koordinasyon eksikliği gibi birçok zayıf yönü de bulunmaktadır. Şirince'nin talep potansiyeli bugün için yeterli düzeyde olsa da özellikle konaklamalı turistlerin artırılması ve sürekliliğin sağlanması gerekir. Günümüzde değişen turist profili ve seyahat eğilimlerine bağlı olarak önümüzdeki yıllarda kırsal turizm, kültür turizmi gibi alternatif turizm türlerine olan talep artacağından Şirince'ye olan talepte artış gösterecektir. Şirince'de kırsal turizmin planlı olarak gelişmesi ve sürdürülebilir kılınması için yörenin sahip olduğu zayıf yönlerle ve tehdit unsurlarına ilişkin getirilen önerilerin dikkate alınması gerekir. Yapılan bu araştırmanın Şirince'de turizmin gelişmesinde yapılacak plan ve projelerde önemli bir kaynak olacağı düşünülmektedir. Diğer alternatif turizm türlerinde olduğu gibi kırsal turizmde de konaklama işletmeciliği üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Kırsal turizm alanlarında konaklamaların gelişmesi açısından kırsal turizm işletmeciliği konularında çalışmalara ağırlıklık verilmelidir. Bu çalışmada, Şirince'nin mevcut konaklama arz potansiyeli ve işgören profili hakkında bilgi verilmeye çalışılmıştır. Yapılan bu araştırmanın kırsal turizm işletmeciliği konusunda yapılacak araştırmalara kaynaklık edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Ahipaşaoğlu, S. ve Çeltek, E. (2006) *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Avcıkurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2008). “Kırsal Turizm”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 61-82.
- Akat, Ö. (2000) *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği (2. Baskı)*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Akat, Ö. (2000). *Turizm İşletmeciliği*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Batman, O. ve Oğuz S. Çınar. (2008). “Kültür Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 189-208.
- Bozok, D. ve Yılmaz, G. Özdemir. (2008) “Eko-Turizm”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 111-136.
- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. Beta Basım, İstanbul.
- Douglas, Norman, Douglas, Ngaire ve Derrett, Ros. (2001). *Special Interest Tourism*. John Wiley & Sons Ltd, Australia.
- Ege, Z. (2008) “Av Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 343-364.
- Erdem, B. ve Girgin, G. Kemal. (2008) “Spor Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 385-410.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt. C. (2008) “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 3.

- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2003) *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Hacıoğlu, N. ve Şahin, B. (2008) “Üçün Yaş Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 17-40.
- Hazar, A. (2007) *Spor ve Turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- İlban, M. Oğuzhan ve Kaşlı, M. (2008) “Kış Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 319-342.
- İncekara, A. (1998) *Doğu Anadolu’da Kış Turizmi ve Gelişme Olanakları*, İTO Yayınları, İstanbul.
- Karaman, S. ve Tetik, N. (2008) “Golf Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 411-432.
- Kaya, İ. ve Narin, M. (2008) “Yat Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 365-384.
- Kozak, N., Kozak, M., Kozak, M. (1997) *Genel Turizm, İlkeler, Kavramlar*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- Köroğlu, A. ve Güleç, Banu. (2008) “Gençlik Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 41-60.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık, Ankara.
- Rızaoğlu, B. (2004) *Turizm Pazarlaması (4. Baskı)*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Selvi, M. Selim. (2008) “Sağlık Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 275-294.

Soykan, F. (2004) “Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Saptanması ve Şirince Köyü’ne (İzmir) Uygulanması”, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.

Sönmez, S. (2008) “Botanik Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Derl.: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Nobel Yayın Dağıtım: Ankara), ss. 163-188.

Tunç, A. ve Saç, F. (1998) *Genel Turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Tül, Ş. (2008) *Şirince: Bir Zamanlar Çirkince*, Ege Yayınları, İzmir.

Usta, Öcal .(2002) *Genel Turizm*, Anadolu Matbaacılık, İzmir.

Yarcan, Şükrü .(1998) *Türkiye’de Turizm ve Uluslararasılaşma*, Turhan Kitabevi, Ankara.

Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2004) *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Turhan Kitabevi. Ankara.

Tezler

Akgül, O. (2003) *Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias-Geyre Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Aydın.

Baytok, A. (1998) *Türkiye’de Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Kongre Turizminin Geliştirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.

Bolat, S. (2007) *Bilgi Ekonomisinde Örtülü Bilginin Önemi ve Rekabet Avantajı Yaratmada Örtülü Bilgi Kaynaklarının Keşfi: Şirince’de Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Boz, M. (2004) *Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Cengiz, T. (2003) *Peyzaj Değerlerinin Korunmasına Yönelik Kırsal Kalkınma Modeli Üzerine Bir Arastırma: Seben İlçesi (Bolu) Alpaut Köyü Örneği*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çeltek, E. (2004) *Kırsal Turizm ve Tokat İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Sakarya.
- Çetin, İ. (2001) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Eko-Turizmin Yapısal Analizi ve Türkiye’de Geliştirme Stratejileri (Örnek Bir Uygulama)*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Dalkıranoglu, A. (2002) *Afyon İli’ndeki Termal Otel İşletmelerinde İşgören Profili*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Demir, N. (2004) *Turistik Ürün Kavramı, Türkiye’de Pazarlama Sorunları ve Tasarımın Önemi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Gökçe, F. (2006) *Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde SWOT (FÜTZ) Analizi Tekniği: Giresun Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Hatay.
- Gökdeniz, A. (1994) *Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi ve Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizminin Yapısal Analizi ve Geliştirilmesi*, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- İbragimov, M. (2001) *Ürün Çeşitlendirmesi Açısından Kış Turizmi ve Almatı Çimbulak-Medeu Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.
- Kahveci, Y. (1994) *Konaklama İşletmeleri İçin Destek Hizmet Yardımıyla Bir Ürün Farklılaştırma Alternatifi: Golf*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Kiper, T. (2006) *Safranbolu Yörükköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Morgül, Mercan Ş. (2006) *Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırıklareli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Oruç, O. (2004) *Bir Alternatif Turizm Türü Olan Doğa-Atlı Spor Turizminin Kastamonu Örneği Üzerinde İrdelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sağcan, M. (1979) *Turizm ve Rekrasyon Faaliyetlerinin Planlanması ve Türkiye Örneğinde “Kırsal Turizme”e Yönelik Uygulama*, Doçentlik Tezi, Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi, İzmir.
- Sarkım, M. (2007) *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yürük, Esin Ö. (1999) *Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonunda Turistik Ürün Politikaları*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Makale, Bildiri ve Sempozyumlar

- Albacete-Sa´ez, Carlos A., Fuentes-Fuentes, M. Mar F. ve Llore´ns-Montes, Javier. (2006) “Service Quality Measurement in Rural Accommodation”, *Annals of Tourism Research*, Vol.34, No.1, pp-45-65.
- Akça, H. (2004) “Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Turizm”, *Standard: Ekonomik ve Teknik Dergi*, Yıl:43, Sayı:513, Ankara, ss. 64

- Akça, H. (2006) "Assessment of Rural Tourism in Turkey Using SWOT Analysis", *Journal of Applied Sciences*, Vol:6, No: 13, ss. 2837-2839.
- Arslan, Y. (2007) "Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi", *Balık Esir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 8, Sayı, 13, ss.29-53.
- Berk, A., Akdemir, Ş. (2006). "Impacts of Rural Development Projects on Rural Areas in Turkey: A Study on Yozgat Rural Development Project", *Journal of Applied Sciences*, Vol:6, No:9, ss. 1892-1899.
- Clarke, J. (1999) "Marketing Structures for Farm Tourism: Beyond the Individual Provider of Rural Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol:7, No:1, ss. 26-47.
- Çolakoglu, Ü., Keser, E. ve Çolak, O. (2008). "Turistik Destinasyon Swot Analizi: Kuşadası Örneği", II. Geçmişten Geleceğe Kuşadası Sempozyumu, GGKS'2008 5-9 Kasım 2008, Kuşadası Belediyesi, Aydın.
- Demir, M. ve Demir, Ş. (2004) "Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: Muğla Üniversitesi*, Cilt.6, Sayı,1, ss. 94-116.
- Demircioğlu, G. (1993) "Kırsal Turizm Nedir?", *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl:11, Sayı:5, Eylül Ekim, Ankara, ss.8-10.
- Emekli, G., İbrahimov, A. ve Soykan, F. (2006) "Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşım ve Türkiye", *Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı:15, İzmir, ss.1-16.
- Güngör, S. ve Arslan, M. (2004) "Turizm ve Rekreasyon Stratejileri İçin Swot Analizi, Görsel Kalite Değerlendirmesi, Turizm Tesislerinin Beğenilirliği ve Turizm Tesisleri Durum Analizi Uygulaması: Beyşehir İlçesi Örneği", *S.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, Sayı: 18, ss.68-72.

- Haldar, P. (2007) "Rural Tourism-Challenges and Opportunities", *International Marketing Conference on Marketing Society: Co-Operative, Rural & Bop Marketing*, Kalinga Institute of Industrial Technology University, Noida. ss. 111-129.
- Kneafsey, M. (1998) "Tourism and Place Identity: A case-study in rural Ireland", *Irish Geography*, School of Natural and Environmental Sciences, Coventry University, Volume 31(2), pp. 111-123.
- Köroğlu, A. ve Köroğlu Ö. (2006) "Kırsal Turizmin Yöre Kalkınmasındaki Rolü: Buldan Yöresi Kırsal Turizm Potansiyeli" Buldan Sempozyumu (23-24 Kasım 2006), ss.233-242.
- Macdonald, R., ve Jolliffe, Lee. (2003). "Cultural Rural Tourism: Evidence From Canada". *Annals of Tourism Research*, Vol.30, No.2.pp 307-322.
- Molera, A. (2006). "Profiling Segments of Tourists in Rural Areas of South-Eastern Spain", *Tourism Management*, Vol : 28, pp. 757-767.
- Narin, M. (2006) "Ayvalık ve Burhaniye İlçelerinin Yat Turizmi Arzı ve Sorunları", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: Balıkesir Üniversitesi*, Cilt:9, Sayı:2, Balıkesir, ss.127-144.
- Öğütçü, B. (2002) "Ülkemizde Yayla Turizmi", *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, Yıl:3, Sayı, 29, ss.1-14, Ankara.
- Öztaş, K. ve Sezgin, M.(1998) "Hizmet Pazarında Çekirdek Ürünün Oluşturulması ve Konya Yöresinin İnanç Turizmi Açısından Analizi", *Turizm Sektöründe Rekabet Stratejileri: Erciyes Üniversitesi Yayını*, Kayseri, ss.144-152.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ.(2002) "Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma", *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi: Gazi Üniversitesi*, Sayı:2, Ankara, ss.183-195.

- Pekak, M. S. ve Aydın, S. (1999) “Selçuk ve Çevresinde Osmanlı İdaresindeki Gayrimüslim Tebaanın İmar Faaliyetleri, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt:15, Sayı:2, ss.125-155.
- Sarkım, M. (2008) “Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerinde Etkileri” 2. Ulusal İktisat Kongresi (20-22 Şubat 2008), DEU İİBF İktisat Bölümü, İzmir, ss.1-11.
- Soykan, F. (1999). “Dogal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 10, Sayı: Mart Haziran, Ankara, ss. 67-75.
- Soykan, F. (2000) “Kırsal Turizm ve Avrupa’da Kazanılan Deneyim”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 11, Sayı: Mart-Haziran, ss. 21-33.
- Soykan, F. (2001) “Ege Bölgesi’nden Kırsal Turizme Özgün Bir Örnek:Şirince Köyü (Selçuk/İzmir), *Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Sayı:1, ss.151-176.
- Soykan, F. (2002) “Kırsal Turizmin Sosyo Ekonomik Etkileri ve Türkiye” Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu (25-27 Haziran 2002), Orman Bakanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Orman Bakanlığı Yayın No: 183, Ankara, ss.154-159.
- Soykan, F. (2006) “Avrupa’da Kırsal Turizme Bakış Açısı ve Kazanılan Deneyim” II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, (20-22 Nisan 2006) Bildiriler Kitabı, Balıkesir, ss.71-87.
- Skuras, D., Anastasia, P. ve Clark, G. (2006) “Demand for Rural Tourism: The Effects of Quality and Information”, *Agricultural Economics*, Vol:35, ss. 183-192.
- Şafak, İ.(2003) “Türkiye’deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri”, *Orman Fakültesi Dergisi: Süleyman Demirel Üniversitesi*, Seri: A, Sayı, 2, İzmir, ss.133-148.

- Tchetcik, A., Fleischer, A. ve Finkelshtain. (2006) "Rural Tourism: Development, Public Intervention And Lessons From The Israeli Experience" *The Hebrew University of Jerusalem Economics*, Vol:12, No:6. ss. 1-42.
- Ulu, A., Çavuş, Ş., Tanrısevdi, A., Güçlü, H. ve Öncüer, Ece. (1999) "2000'li Yıllarda Uluslararası Turizm Piyasasındaki Değişme Eğilimleri ve Bu Eğilimlere Uygun Alternatif Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri", *Turizm Sektöründe Rekabet Stratejileri, II. Turizm Şurası Bildirileri*, Erciyes Üniversitesi Yayını, Kayseri.
- Vasquez, J.L., Alvarez, R., Georgiev, I. ve Naghiu, A. (2005). "Role of Bulgarian Country Image As International Rural Tourism Destination", *Trakia Journal of Science*, Vol:3, No:7, ss. 37-40.
- Wolfe, K. L. (2002) "Investigating Seeking and Escaping Aspects of Tourists' Motivations and Specific Barriers of Travel: A Study of Two National Park Sites". *Doctor of Philosophy. Kansas State University*. Manhattan, Kansas.
- Yenipınar, U. (2002) "İnanç Turizm ve Anadolu", *II. Turizm Şurası Bildirileri*, Cilt:1, Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, ss.71-76.
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ.(2008) "Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği", *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi: Çukurova Üniversitesi*, Cilt:9, Sayı:1, ss.1-18.
- Zeyrek, A. Nadir. (2008) "Besni'de Alternatif Turizm Potansiyeli", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: Gaziantep Üniversitesi*, Cilt:7, Sayı:2, ss.451-466.

İnternet Kaynakları ve Diğer Kaynaklar

- Akdoğdu, P. ve Şahin, M. (05.05.2009) *Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmelerin Turizm Sektörüne Etkisi ve Kullanım Alanları*, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/yazArk.php?page=http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=271

- Atatürk Üniversitesi (03.03.2008) *Doğu Anadolu Turizmi Geliştirme (DATUR) Proje Belgesi*, http://194.27.41.8/duyurular/web_katalog/hayvancilik_kat1/dogu_an_kalk_un2002_2004.pdf
- Aydemir, G. (03.03.2008) *Ekolojik Kırsal Turizm ve TaTuTa Deneyimi*, <http://organik.bahcesehir.edu.tr/UserFiles/File/sunumlar2/gunesinaydemir.pdf>
- Bojnec, S. (2006) *Tourism Development in Rural Areas*, http://www.boku.ac.at/oega/Tagung/2006/06_Bojnec_tourism.pdf
- Butik Oteller Sitesi (01.06.2009) *Şirince Butik Otelleri*, <http://www.butikotellerrehberi.com/tag-sirince-butik-otelleri>
- Cena, F. ve Calatrava, J. (2006) *The Leader Experience In A Rural Area of Andalusia (Spain)*, http://www.ciheam.org/pdf/Le-caire/C2_UK_CENA.pdf
- Dettoni, D. G., Paba, A. ve Pulina, M. (2004) *European Rural Tourism: Agrotouristic Firms in Sardinia and Their Life Cycle*, <http://crenos.unica.it/drupal5/files/wp/04-03.pdf>
- Devlet Planlama Teşkilatı (2006) *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013): Kırsal Kalkınma Politikaları Özel İhtisas Alt Komisyon Raporu*, Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2006) *Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi*, <http://mevzuat.dpt.gov.tr/ypk/200/20060204-9-2.pdf>
- Ekosaari, T. (2005) *Analysis of How Finland's Rural Tourism Supply and Marketing Corresponds To The Images and Needs of German Travellers*, <http://www.matkamaalle.com/tietoa/tanjaekosaari.pdf>

European Commission (2000) *Towards Quality Rural Tourism: Integrated Quality Management (IQM) For Coastal Destinations*, http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_and_publications.htm

Haberx (2007) *İmf Gitti, Turizme 10 Puanlık Kdv İndirimi Geldi*, <http://www.haberx.com/n/1021402/imf-gitti-turizme-10-puanlik.htm>

İstanbul Yeminli Mali Muşavirler Odası (2006) *5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanununa Göre Kooperatiflerin muafiyet ve İstisna Şartları*, <http://www.istanbulymmo.org.tr/iymmo/DOSYALAR/MaliPlatform/48.%20yeni%200kurumlar%20vergisi%20kanununa%20gore%20kooperatiflerin%20muhafiyet%20ve%20istisna%20sartlari.pdf>

Mahalli İdareler Teknoloji Araştırma ve Geliştirme Derneği (MİTAGED) (01.02.2008) *Küresel Çevre Fonu (GEF) ve Küçük Destek Programı (SGP)*, http://www.mitaged.org.tr/kuresel_cevre_fonu.pdf

Kırkinca House Hotel (01.06.2009) *Odalar*, <http://www.kirkinca.com/oda.html>

Nisanyan Evleri Hotel (01.06.2009) *Tesis*, <http://www.nisanyan.com/?lang=tr>

Rátz, T. ve Puczkó, L. (1998). *Rural Tourism and Sustainable Development*, <http://www.ratztamara.com/rural.html>

South East England Development Agency (SEEDA) (12.05.2008) *Rural Tourism in the South East A Strategy for Future Action A Consultation Draft*, <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20rural/Rural%20tourism%20in%20South%20East%20England.pdf>

Selçuk Kaymakamlığı (01.06.2009) *Selcuk*, <http://www.selcuk.gov.tr/turkce/>

Şirince Evleri (01.06.2009) *Çevrede Gezilecek Yerler*, <http://www.sirinceevleri.com/default.asp?mid=206&L=TR>

T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı (2006) *ÇED Rehberi-Toplu Konut ve Turizm Konaklama Tesisleri*, [http://www.cevreorman.gov.tr/cedbim/Documents/6%20%20Sectoral%20guideline %20-%20housing%20development%20\(TR\).pdf](http://www.cevreorman.gov.tr/cedbim/Documents/6%20%20Sectoral%20guideline%20-%20housing%20development%20(TR).pdf)

T.C. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (01.05.2009) *İzmir*, www.izmirkulturturizm.gov.tr

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (01.12.2008) *Turizm Çeşitleri*, <http://www.kultur.gov.tr>

Turizmde Bu Sabah Online Gazete (2007) *Turizm Sektöründe KDV oranı 01.01.2008'den İtibaren %18'den %8'e Düşürülmüştür*, [http://www.turizmdebusabah.com/Haber Print~ haberNo~36615.htm](http://www.turizmdebusabah.com/HaberPrint~haberNo~36615.htm)

Türkiye İş Kurumu (15.05.2009) *Türk Meslekler Sözlüğü*, [http://www.iskur.gov.tr/Meslek/ meslek.aspx](http://www.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx)

Türkiye Otelciler Federasyonu (2005) *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*, www.turofed.org.tr/webfolders/yasalar/Yonetmelik.doc

Tosun, C., Bilim, Y., ve Temizkan, R. (2002) *Alternatif Turizm ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri:Hatay Örneği*. <http://cmyo.adu.edu.tr/iktisad/turkonf/web/cevav-bilim/cevavbilim.doc>. (01.01.2008).

Türemez, Y. ve Kalpaklıoğlu, N. Ündey. (2007) *Bozcaada'da Turistik Ürün Geliştirme ve Çeşitlendirme Üzerine Bir Çalışma*, <http://www.aydin.edu.tr/sem/BOZCAADA.pdf>

Yağcı, Ö. (2003) *Turizmde Çeşitlendirme, Sürdürülebilirlik ve Kırsal Turizm*, <http://cmyo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/web/ozcan-yagci.doc>

Yavuz, O. ve Gürlük, S. (03.03.2008) *Mikro Kırsal Kalkınma Stratejileri : Cumalıkızık Örneği*, http://www.tarim.gov.tr/sanal_kutuphane/ege_master.pdf

Yılmaz, Devrim Ö. ve Yılmaz, Selin B. (06.05.2009) *Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrine Etkileri*. http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/yazArk.php?page=http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=576

World Tourism Organisation (02.03.2009) *Bölgeler Arası Uluslararası Turist Sayıları ve Pazar Payı Tahmini*, <http://www.tpdco.org/pdf/Tourism%202020%20vision.pdf?dynawebSID=6d8>

EKLER

EK-1: Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Yapılan Anket:

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ana Bilim Dalı yüksek lisans tezi için yürütülmektedir. Çalışmanın temel amacı, Şirince'nin kırsal turizm açısından güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehdit unsurları tespit edilmeye çalışılacaktır. Amacımız sizin deneyimlerinizden yararlanarak Şirince'nin kırsal turizm potansiyeli hakkında detaylı bilgiler elde etmektir. Katılımcıların bilgileri etik kurallara uygun olarak gizli tutulacaktır. Katıldığınız için teşekkür ederiz.

Yüksek Lisans Öğr. Okan ÇOLAK
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm Ana Bilim Dalı

	Bölüm 1-Aşağıdaki bölüm Şirince'nin kırsal turizm potansiyelinin belirlenmesine yönelik soruları içermektedir. Aşağıdaki soruları size uygun seçeneği işaretleyerek yanıtlayınız.	1- Tamamen Katılıyorum	2-Katılıyorum	3-Kararsızım	4- Katılmıyorum	5-Hiç Katılmıyorum
1	Turizm Bakanlığı'nın 12 aya yayma ve alternatif turizmi geliştirme politikaları yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.					
2	Dünya turizm hareketlerindeki değişimler (kırsal turizm türüne yönelik) yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.					
3	Koruma altına alınan doğal ve tarihi değerler yöre turizmini olumlu yönde etkiler.					
4	Ege Bölgesine yönelik artan iç turizm talebi yörede kırsal turizmi olumlu yönde etkileyebilir.					
5	Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girmesi yörede kırsal turizmi olumlu yönde etkileyebilir.					
6	Şirince'nin Kuşadası Limanı ve İzmir Havaalanına yakınlığı yöre turizmi için önemlidir.					
7	Turizm, Şirince'nin sosyo-kültürel gelişimine olumlu katkı sağlar.					
8	Turizm, Şirince'deki kırsal halkın gelirlerini arttıracaktır.					
9	Turizm, Şirince'deki kırsal halkın yaşam standartlarını arttıracaktır.					
10	Turizm sayesinde köyden kente göç önlenecektir.					
11	Yörede turizmin gelişmesi, kadın istihdam oranında artış sağlayacaktır.					
12	Turizmin gelişmesi yörede enflasyonist etkiye neden olacaktır.					
13	Kırsal turizmin gelişmesiyle yabancı sermaye yatırımlarında artış görülecektir.					
14	Kırsal turizm gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmaları artış gösterecektir.					

15	Yörede kırsal turizmin gelişmesi turizm mevsimini uzatacaktır.					
16	Yöre de şarapcılığın gelişmiş olması yöre turizmini olumlu yönde etkileyecektir.					
17	Terörist faaliyetler yöre turizmini olumsuz yönde etkileyebilir.					
18	Uluslararası siyasi belirsizlikler yörenin turistik gelişimini engelleyebilir.					
19	Sürdürülebilir turizm gelişiminin uygulanmayışı yöre turizmi için bir tehdit olabilir.					
20	Gelecekte doğal kaynakların ve bozulmamış çevrenin tahrip olma riski vardır.					
21	Yerel halkın turizm bilinci, kırsal turizmin gelişimi için yeterlidir.					
22	Çiftçiler tarımsal kaynakların turizm amaçlı kullanılması konusunda isteklidirler.					
23	Yöredeki kırsal turizme uygun zengin doğal kaynaklar yöre turizminin gelişimine olumlu yönde etkileyebilir.					
24	Yöredeki kırsal turizme uygun tahrip edilmemiş çevre yöre turizminin gelişimine olumlu yönde etkileyebilir.					
25	Yöre insanının geleneksel konukseverliği turizmi olumlu yönde etkileyebilir.					
26	Yöredeki tarihi varlıklar (kilise, tarihi evler, şarap evleri vb.) turizmi olumlu yönde etkileyebilir.					
27	Turizm olgusuna adapte olabilecek genç ve dinamik bir nüfusun varlığı yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.					
28	Türkiye’de yöre insanının olumlu imajı (sempatik kişiliği vb.) yöredeki turizm gelişimini olumlu yönde etkilemektedir.					
29	Şirince’nin Efes, Artemis Tapınağı, Meryemana, Yedi Uyuyanlar gibi tarihi inanç merkezlerine yakınlığı yöreyi önemli bir turistik çekim merkezi kılmaktadır.					
30	Yöreye has el sanatlarının varlığı turizmi olumlu yönde etkileyebilir.					
31	Yöre mutfağının çeşitliliği turizmi olumlu yönde etkileyebilir.					
32	Halkın geleneksel yaşantısına yön veren kırsal kültür yöredeki turizmi gelişimini olumlu yönde etkileyebilir.					
33	Yörede yapılan şenlikler (Şirince Bağbozumu Şenlikleri, Deve Güreşleri vb.) yörenin tanıtımını sağlayarak yöre turizmini olumlu yönde etkileyebilir.					
34	2008 Yılı itibariyle KDV oranındaki düşüş Şirince’deki kırsal turizmi canlandırarak kırsal ekonomiye canlılık getirecektir.					
35	Yörenin tanıtımı için mevcut internet siteleri yeterlidir.					
36	Yöre tanıtımıyla ilgili mevcut uygulamalar yeterlidir.					
37	Yöre kırsal turizmi karşılayacak kapasitede yeterli arz kapasitesine sahiptir.					
38	Şirince’nin alt yapısı turizm için yeterlidir.					
39	Şirince’nin üst yapısı turizm için yeterlidir. (Konaklama, Restoran vb.)					
40	Yöre çevresindeki seyahat acenteleri yöreye yeterli hizmet vermektedirler.					

41	Yöre hakkında bilgi sahibi olan yeterince eğitimli turist rehberi bulunmaktadır.					
42	Şirince'ye ulaşım önemli bir sorundur.(Yolların bozukluğu,trafik sıkışıklığı vb.)					
43	Yöre şehir merkezine yakındır.					
44	Yörede yeterli miktarda ulaşım araçları bulunmaktadır.					
45	Yöredeki turistik hizmet kalitesi yeterlidir.					
46	Yörede yeniden yapılanma nedeniyle ortaya çıkabilecek imar sorunları turizmi olumsuz yönde etkileyebilir.					
47	Yöredeki kamu kuruluşları ve yerel yönetimler turizm gelişimi için yeterli turizm eğitimi almışlardır.					
48	Yörenin bağlı bulunduğu ilçe merkezindeki kamu kuruluşları ve yerel yönetimler turizm gelişimi için yeterli turizm eğitimi almışlardır.					
49	Özel işletmeler ile kamu idareleri turizmi geliştirme konusunda koordinasyon içerisindedir.					
50	Yöreye altyapı, üstyapı, sağlık, eğitim gibi olanaklarının geliştirilmesi için yeterli finansal kaynak aktarılmaktadır.					
51	Yörede kırsal turizmi geliştirme amaçlı kurulmuş dernek veya kooperatifler bulunmaktadır. (Lütfen belirtiniz.....)					
52	Yöre halkının kırsal turizm konusunda bilinçlendirme doğrultusunda eğitim programları bulunmaktadır.					
53	Yöredeki turistik işletme yöneticileri ve çalışanları yeterli turizm eğitimi almıştır.					
54	Yöredeki işletme yöneticileri ve çalışanları ziyaretçilere sorunsuz hizmet verebilecek düzeyde yabancı dil bilgisine sahiptir.					

Bölüm 2- Aşağıdaki sorular Şirince'nin kırsal turizm açısından ne gibi eksik ve güçlü yönlerinin olduğuna ve eksik olan yönlerinin sizce nasıl giderilebileceğine ilişkin görüşlerinizi belirtmek üzere sorulmuştur.

1. Sizce Şirince'nin turizm açısından eksik gördüğünüz yönleri nelerdir? Bunlar için sizce neler yapılmalıdır?

.....

.....

2. Sizce Şirince'nin turizm açısından güçlü yönleri nelerdir?

.....

.....

Bölüm 3- Kişisel Bilgiler

Kurumunuzun/İşletmenizin Adı :

Göreviniz :

Yaşınız : 18-24 25-34 35-44 45-54 55-64 65 ve üzeri

Eğitim Durumunuz : İlköğretim Lise Önlisans Lisans Diğer.....

Cinsiyet : Erkek Kadın

Medeni Durum : Bekar Evli

EK-2: Yöre Halkına Yönelik Yapılan Anket:

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ana Bilim Dalı yüksek lisans tezi için yürütülmektedir. Çalışmanın temel amacı, Şirince'nin kırsal turizm açısından güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehdit unsurları tespit edilmeye çalışılacaktır. Amacımız sizin deneyimlerinizden yararlanarak Şirince'nin kırsal turizm potansiyeli hakkında detaylı bilgiler elde etmektir. Katılımcıların bilgileri etik kurallara uygun olarak gizli tutulacaktır. Katıldığınız için teşekkür ederiz.

Yüksek Lisans Öğr. Okan ÇOLAK
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm Ana Bilim Dalı

Yaş : ☐ 18–24 ☐ 25–34 ☐ 35–44 ☐ 45–54 ☐ 55–64 ☐ 65 ve Üstü
Eğitim : ☐ Okur-Yazar ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Önlisans ☐ Lisans ☐ Diğer
Cinsiyet : ☐ Erkek ☐ Bayan
Medeni Durum : ☐ Bekar ☐ Evli

1. Şirince'de hangi işle uğraşmaktasınız? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)
☐ Çiftçilik
☐ Esnaf-Ticaret (Lütfen Belirtiniz)
☐ Turizm
☐ Kamu Kuruluşu..... (Lütfen Belirtiniz)
☐ Ev Hanımı
☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)
2. Şirince'de neler buraya özgüdür? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)
☐ Geleneksel mimariyle kırsal doku (Tarihi evler, sokaklar vb.)
☐ Tarımsal yapı ve yöresel ürünler (Meyve-sebze, bağ-bahçe vb.)
☐ Bitki Örtüsü
☐ Tarihsel ve kültürel değerler,
☐ Geleneksel El İşleri
☐ Şarapçılık
☐ Yöresel Yemekler
☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)
3. Sizce köyünüzün en önemli sorunları nelerdir? (Önem sırasına göre birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)
☐ Genç iş gücünün yok denecek kadar az olması
☐ Köyden kente göç
☐ Ekonomik güçlükler
☐ İşsizlik
☐ Yatırımların yetersiz olması
☐ Finansal desteğin yetersiz olması
☐ Alt yapı yetersizliği (elektrik, su, telefon, kanalizasyon vb.)
☐ Üst Yapı Yetersizliği (Konaklama, Yeme-İçme, Sağlık ve Eğitim Hizm.. Vb.)
☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)
4. Ailenizden göç edenler köye tekrar ne için gelirler?
☐ Ailemden göç eden yok
☐ Tarım işlerinde çalışmaya
☐ Kışlık erzak hazırlamaya ve almaya
☐ Akraba ziyaretine
☐ Köydeki evlerini hafta sonu ve yazın kullanmaya
☐ Turistik bir işletmede çalışmaya
☐ Köyde işyerini açmaya
☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

5. Sizce Şirince’de turizmin gelişmesi yörenizde herhangi bir değişiklik yaratır mı?
- () Sanmıyorum, yaratmaz
 - () Köy daha iyi kalkınır
 - () Tarımsal üretimi artırarak yöre halkı için alternatif bir gelir kaynağı olur
 - () Yöre halkının gelir düzeyi yükselir
 - () Genç iş gücünü yeniden köye kazandırılır
 - () Yeni iş alanları yaratır
 - () Alt yapı olanaklarının gelişmesine olanak yaratır
 - () Üst yapı olanaklarının gelişmesine olanak yaratır
 - () Tarihsel ve kültürel değerlerin korunmasını sağlar
 - () Çevreyi koruma bilinci artarak doğal kaynakların kirlenmesi önlenir
 - () Yatırımların artmasını sağlar
 - () Finansal desteğin artmasını sağlar
 - () Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)
6. Sizce Şirince’de turizme yönelik olarak ne tür aktiviteler yapılabilir?
- () Geleneksel mimariye sahip evlerde ziyaret ve konaklama,
 - () Turistlerin sebze ve meyveleri kendilerinin toplamalarına olanak sağlayan bahçe gezileri
 - () Festivaller organize edilebilir
 - () El sanatları sergileri düzenlenebilir
 - () Turistik faaliyetler (Doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, trekking vb) düzenlenebilir,
 - () Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)
7. Turizm konusundaki çalışmalara siz ne tür bir destek verebilirsiniz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)
- () Herhangi bir destek veremem
 - () Geleneksel mimari dokunun konaklama amacına yönelik olarak turizme kazandırılmasına yardımcı olurum,
 - () Geleneksel tarım ürünleri ve yemek çeşitlerinin turizmde kullanılmasını sağlarım,
 - () Arazinin bir bölümünü tarımsal faaliyet yapmak isteyen ziyaretçilerin kullanımına sunarım,
 - () Gelen ziyaretçilere servis ve rehberlik hizmeti vererek turizmde aktif rol alabilirim,
 - () El işleri yaparak turistlere sunulmasını sağlayabilirim.
 - () Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)
8. Sizce Şirince’de geliştirilebilecek turizm çalışmalarında ailenizden göç edenler ne tür bir destek verebilirler?
- () Herhangi bir destek vereceğini sanmıyorum
 - () Gelen ziyaretçilere servis ve rehberlik hizmeti verebilirler
 - () Pansiyonculuk hizmetinde bulunabilirler
 - () Yöresel yemek çeşitlerinin turistlere sunulmasını sağlayabilirler
 - () El işleri yaparak turistlere sunulmasını sağlayabilirler
 - () Fikrim yok
 - () Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)
9. Sizce Şirince’de turizmin geliştirilmesi için neler yapılmalıdır? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)
- () Tanıtıma ağırlık verilmeli
 - () Turizm organize edecek dernek kurulmalı
 - () Yöre halkına ve yörede çalışanlara yönelik turizm eğitim programı hazırlanmalı
 - () Turizm için gerekli olan alt yapı ve üst yapının oluşturulmasına yönelik olarak kamu ve özel kuruluşların finanse edilmeli
 - () Restorasyon çalışmaları artırılmalı
 - () Hizmet kalitesi yükseltilmeli
 - () Özel işletmeler ile kamu idarelerinin turizm geliştirme konusunda koordinasyon sağlanmalı
 - () Seyahat acenteleri ile ortak çalışarak turistlerin yörede konaklamanın artırılması sağlanmalı
 - () Yörede yapılan festival ve şenliklerin artırılması sağlanmalı
 - () Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

Katıldığınız için teşekkür ederim.

EK-3: Yabancı Ziyaretçilere Yönelik Yapılan Anket:

Dear Participant!

This research has been made by Adnan Menderes University Social Science Institution-Tourism Department for the master thesis. The main purpose of the research is to determine strengths and weaknesses and threats and opportunities of Şirince in terms rural tourism. Our purpose is to get detailed information about the rural tourism potential of Şirince by using your experience. The information of the participants will be kept secret in terms of ethical rights. Thanks for your contribution!

Okan Çolak
Adnan Menderes University
Social Science Institution
Tourism Department

Age _____ : ☐ 18–24 ☐ 25–34 ☐ 35–44 ☐ 45–54 ☐ 55–64 ☐ more than 65

Gender _____ : ☐ Male ☐ Female

Nationality _____ : ☐ British ☐ Irish ☐ Australian ☐ German ☐ French ☐ Other

Education _____ : ☐ Primary school ☐ Secondary school ☐ High school ☐ Graduate ☐ Other.....

Marital Status _____ : ☐ Married ☐ Single

Job _____ :

a. Please answer the questions in terms of your visit in Şirince!

1. How many times have you been in Şirince for holiday? ☐ First ☐ 2-3 ☐ 4-5 ☐ more than 5

2. How long have you been staying in Şirince?

☐ Excursion ☐ 1-3 Days ☐ 4 – 7 Days ☐ 1-2 Weeks ☐ 3 Weeks and More

3. What affected your choice of Şirince most? (please mark only one choice)

☐ family-friends ☐ image ☐ travel brochure ☐ past experiences ☐ advertisements ☐ tour
☐ other.....

4. What kind of product did you buy from local shops? (You can mark more than one statement)

☐ Souvenir ☐ Wine ☐ Meals ☐ Textile ☐ Agricultural Goods ☐ Handicrafts ☐ other.....

5. Please rate the statements: **(1: Strongly Disagree - 2: Disagree - 3: Neither Nor - 4: Agree - 5: Strongly Agree)**

If I can, I have the intention of coming back to Şirince	1	2	3	4	5
I will encourage my family and friends to come to Şirince	1	2	3	4	5
I would recommend Şirince to anyone that asks me	1	2	3	4	5

6. What are the factors motivated you in choosing Şirince? Please rate the below statements according to importance degree!

(1: not important at all 2- not important 3: neither nor 4- important - 5: very important)

See/experience new things/places	1	2	3	4	5
Try new foods	1	2	3	4	5
Be close to nature	1	2	3	4	5
Forget about personal worries/troubles	1	2	3	4	5
Meet new people	1	2	3	4	5
Be away from work/daily routine	1	2	3	4	5
Spend time alone	1	2	3	4	5
Gain general knowledge	1	2	3	4	5
Be with friends	1	2	3	4	5
Other.....					

7. Which the below statements has your attention be attracted first when you come here?

- ☐ Traditional Architectural Construction
- ☐ Local Life and Culture
- ☐ Unique Nature and Scenery
- ☐ Historical Attractions (Churchs, Ruins etc.)
- ☐ Agricultural Landscape
- ☐ Winery
- ☐ Other

8. Which features of Şirince did you like most? (You can mark more than one statement)

- ☐ Traditional Architectural Construction
- ☐ Local Life and Culture
- ☐ Local Cuisine
- ☐ Unique Nature and Scenery
- ☐ Historical Attractions (Churchs, Ruins etc.)
- ☐ Agricultural Landscape
- ☐ Easement of Access
- ☐ Accommodation Possibilities
- ☐ Food and Beverages Opportunities
- ☐ Attitudes of Local Community
- ☐ Handicrafts
- ☐ Winery
- ☐ Service Quality
- ☐ Other.....

9. What are the most negative characteristics of Şirince? (You can mark more than one statement)

- ☐ Insufficient accommodation possibilities
- ☐ Insufficient food and beverages opportunities
- ☐ Insufficient tourism activities (running, horse-riding, walking vb.)
- ☐ High Prices
- ☐ Neglected Ancient and Historical Attractions
- ☐ Low Service Quality
- ☐ Negative Attitudes of Local Community
- ☐ Problems about the transportation
- ☐ Other.....

10. What kind of activities can be apply on behalf of rural tourism in Şirince? (You can mark more than one statement)

- ☐ To visit and stay in traditional architectural house.
- ☐ To organize trip in agricultural land and collect the vegetables, fruits etc.
- ☐ To organize festivals
- ☐ Exhibition about handicrafts
- ☐ Tourism activities (nature walking, bicycle tour, trekking etc.)
- ☐ Other.....

11. What can be do to revive tourism in Şirince? (You can mark more than one statement)

- ☐ To focus on advertisement
- ☐ To constitute an association for organizing tourism
- ☐ To prepare an education programme for local community and local employee
- ☐ To finance public and private organizations making infrastructure and superstructure for tourism.
- ☐ To increase restoration attempts
- ☐ To improve service quality.
- ☐ To supply coordination in between public and private organizations to develop tourism
- ☐ To increase of tourist accommodation with working together travel agencies
- ☐ To increase festivals
- ☐ Other.....

Thanks for your cooperation!

EK-4: Yerli Ziyaretçilere Yönelik Yapılan Anket

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ana Bilim Dalı yüksek lisans tezi için yürütülmektedir. Çalışmanın temel amacı, Şirince'nin kırsal turizm açısından güçlü ve zayıf yönleriyle fırsatlarını ve tehdit unsurları tespit etmektir. Amacımız sizin deneyimlerinizden yararlanarak Şirince'nin kırsal turizm potansiyeli hakkında detaylı bilgiler elde etmektir. Katılımcıların bilgileri etik kurallara uygun olarak gizli tutulacaktır. Katıldığınız için teşekkür ederiz.

Okan ÇOLAK
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm Ana Bilim Dalı

Yaş : ☐ 18–24 ☐ 25–34 ☐ 35–44 ☐ 45–54 ☐ 55–64 ☐ 65 ve Üstü

Eğitim : ☐ Okur-Yazar ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Diğer

Cinsiyet : ☐ Erkek ☐ Bayan

Medeni Durum : ☐ Bekar ☐ Evli

Meslek : (Lütfen Belirtiniz)

a. Aşağıdaki soruları Şirince'ye yapmış olduğunuz ziyareti göz önünde bulundurarak yanıtlayınız!

1. Şirince'yi daha önce kaç defa ziyaret ettiniz? ☐ 1 ☐ 2-3 ☐ 4-5 ☐ 5 ve üzeri

2. Şirince'de ne zamandan beri konaklıyorsunuz?
☐ Günlük Ziyaret ☐ 1-3 Gün ☐ 4 – 7 Gün ☐ 1-2 Hafta ☐ 3 hafta ve üzeri

3. Şirince'yi tercih etmenizden en çok ne etkili oldu? (Lütfen bir seçenek işaretleyiniz)
☐ Aile ve Arkadaşlar ☐ İmaj ☐ Broşür-katalog ☐ Geçmiş Deneyim ☐ Reklam ☐ Tur ☐ Diğer.....

4. Yöredeki işletmelerden ne tür alışverişler yaptınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)
☐ Hediyelik Eşya ☐ Şarap ☐ Yemek ☐ Giyim ☐ Tarımsal Ürünler ☐ El işi örgüler ☐ Diğer

5. Aşağıdaki soruları size uygun olan seçeneği işaretleyerek yanıtlayınız!

(1: Hiç Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım 4: Katılıyorum 5: Tamamen katılıyorum)

Fırsatım olsa Şirince'ye tekrar gelmeyi düşünürüm.	1	2	3	4	5
Aileme ve arkadaşlarıma Şirince'ye gelmelerini tavsiye ederim.	1	2	3	4	5
Şirince'yi soranlara buraya gelmelerini öneririm.	1	2	3	4	5

6. Şirince'yi tercih etmenizden sizi motive eden etmenler nelerdir?

Lütfen aşağıdaki seçenekleri yöreyi tercih etmenizdeki önem derecesine göre değerlendiriniz!

(1: Hiç önemli değil - 2: Önemli değil – 3: Kararsızım - 4: Önemli - 5: Çok önemli)

Yeni yerler görmek	1	2	3	4	5
Yeni yemekler tatmak	1	2	3	4	5
Doğayla içice olmak	1	2	3	4	5
Kişisel günlük sıkıntılardan arınmak	1	2	3	4	5
Yeni insanlarla tanışmak	1	2	3	4	5
Günlük rutin hayata değişiklik getirmek	1	2	3	4	5
Yalnız vakit geçirmek	1	2	3	4	5
Genel bilgi edinmek	1	2	3	4	5
Aile ve arkadaşlarla biraraya gelmek	1	2	3	4	5
Diğer.....	(Lütfen Belirtiniz)				

7. Şirince'de ilk dikkatinizi çeken ne oldu?

- ☐ Geleneksel Mimari Yapı
- ☐ Yöresel Yaşam ve Kültür
- ☐ Özgün Doğa ve Manzara
- ☐ Tarihi Çekicilikler (Kiliseler, Tarihsel Kalıntılar vb.)
- ☐ Tarımsal Alanlar
- ☐ Şarap Evleri
- ☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

8. Şirince'nin en fazla hangi özelliklerini beğendiniz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

- ☐ Geleneksel Mimari Yapı
- ☐ Yöresel Yaşam ve Kültür
- ☐ Yöresel Yemekler
- ☐ Özgün Doğa ve Manzara
- ☐ Tarihi Çekicilikler (Kilise, Tarihsel Kalıntılar vb.)
- ☐ Tarımsal Alanlar
- ☐ Ulaşım Kolaylığı
- ☐ Konaklama Olanaklarını
- ☐ Yeme-İçme Olanakları
- ☐ Yerel Halkın Tutumu
- ☐ El Sanatları
- ☐ Şarap Evleri
- ☐ Hizmet Kalitesi
- ☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

9. Şirince'de olumsuz bulduğunuz özellikler nelerdir? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

- ☐ Konaklama olanaklarının yetersiz olması
- ☐ Yeme-içme olanaklarının yetersiz olması
- ☐ Turistik aktivitelerin yetersiz olması (koşma, ata binme, yürüyüş b.)
- ☐ Yüksek Fiyatlar
- ☐ Tarihi mekanların ihmal edilmesi ve bakımsız olması
- ☐ Düşük Hizmet Kalitesi
- ☐ Yerel halkın olumsuz davranışları
- ☐ Ulaşım ile ilgili problemler
- ☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

10. Şirince'de kırsal turizme yönelik olarak ne tür aktiviteler yapılabilir? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

- ☐ Geleneksel mimariye sahip evlerde ziyaret ve konaklama
- ☐ Turistlerin sebze ve meyveleri kendilerinin toplamalarına olanak sağlayan bahçe gezileri
- ☐ Festivaller organize edilebilir
- ☐ El sanatları sergileri
- ☐ Turistik faaliyetler (Doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, trekking vb)
- ☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

11. Şirince'de turizmi canlandırmak için neler yapılmalıdır? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

- ☐ Tanıtıma ağırlık verilmeli
- ☐ Turizmi organize edecek dernek kurulmalı
- ☐ Yöre halkına ve yörede çalışanlara yönelik turizm eğitim programı hazırlanmalı
- ☐ Turizm için gerekli olan alt yapı ve üst yapının oluşturulmasına yönelik olarak kamu ve özel kuruluşların finanse edilmeli
- ☐ Restorasyon çalışmaları arttırılmalı
- ☐ Hizmet kalitesi yükseltilmeli
- ☐ Özel işletmeler ile kamu idarelerinin turizm geliştirme konusunda koordinasyon sağlanmalı
- ☐ Seyahat acenteleri ile ortak çalışarak turistlerin yörede konaklamalarının arttırılması sağlanmalı
- ☐ Yörede yapılan festival ve şenliklerin arttırılması sağlanmalı
- ☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

Katıldığınız için teşekkür ederim.

EK-5: İşgören Profilini Belirlemeye Yönelik Yapılan Anket

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ana Bilim Dalı yüksek lisans tezi için yürütülmektedir. Çalışmanın temel amacı, Şirince'nin kırsal turizm işletmeciliği açısından yörede konaklama faaliyetini sürdüren işletmelerde çalışanların profili tespit edilmeye çalışılacaktır. Amacımız sizin deneyimlerinizden yararlanarak Şirince'nin kırsal turizm işletmeciliği hakkında detaylı bilgiler elde etmektir. Katılımcıların bilgileri etik kurallara uygun olarak gizli tutulacaktır. Katıldığınız için teşekkür ederiz.

Yüksek Lisans Öğr. Okan ÇOLAK
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm Ana Bilim Dalı

1. Bireyin temel nitelikleri

Yaş _____ : ☐ 18-25 ☐ 26-32 ☐ 33-42 ☐ 43-50 ☐ 51 ve üzeri

Eğitim Durumu: ☐ Okur-Yazar ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Diğer

Cinsiyet _____ : ☐ Erkek ☐ Bayan

Medeni Durum : ☐ Bekar ☐ Evli

2. Bildiğiniz yabancı diller?

☐ İngilizce ☐ Fransızca ☐ Almanca ☐ Rusça ☐ Yabancı Dil Bilmiyorum

☐ Diğer

3. Bu iş yerinde toplam çalışma süreniz nedir?

☐ 1 yıldan az ☐ 1-3 yıl ☐ 4-6 yıl ☐ 7-9 yıl ☐ 10 ve üzeri

4. Turizm sektöründe iş tecrübelerinizin toplam süresi nedir?

☐ 0-5 yıl ☐ 6-10 yıl ☐ 11-15 yıl ☐ 16 yıl ve üzeri

5. Turizmle ilgili eğitim durumunuz nedir?

- ☐ Turizm eğitimi almadım
☐ TUREM Turizm Eğitim Merkezi
☐ Turizm Meslek Lisesi
☐ Meslek Yüksekokulu Turizm Bölümü
☐ Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

6. İşe başvuru kaynağınız nedir ?

☐ Medya Duyuruları

- ☐ Dost-Arkadaş Tavsiyesi
☐ Turizm Eğitim Kurumları
☐ Kişisel Başvuru
☐ Diğer..... (Lütfen Belirtiniz)

7. Çalıştığınız işletmede personel yetiştirmeye ve geliştirmeye yönelik eğitim veriliyor mu?

- ☐ Evet ☐ Hayır

Eğer turizm eğitimi veriliyorsa lütfen içeriğini belirtiniz.....

8. Çalışanlara maddi (toplanan tiplerin dağıtılması) ve manevi (iş başarısının övülmesi, kişiliğe saygı gibi) ödüllendirme yapılıyor mu?

- ☐ Evet ☐ Hayır ☐ Kısmen

Eğer ödüllendirme yapılıyorsa lütfen ne gibi ödüllendirme yapıldığını belirtiniz.....

9. Çalıştığınız işletmede personelin verimli çalıştığına inanıyor musunuz?

- ☐ Evet ☐ Hayır ☐ Kısmen

10. Çalıştığınız işletmede terfi olanağı sağlanıyor mu?

- ☐ Evet ☐ Hayır ☐ Kısmen

11. İşiniz konusunda kararlara katılıyor musunuz?

- ☐ Evet ☐ Hayır ☐ Kısmen

12. Güvenlik gereksinimleriniz (ücret, iş güvenliği) tam olarak karşılanıyor mu?

- ☐ Evet ☐ Hayır ☐ Kısmen

13. Güvenlik gereksinimlerinizin karşılanma şekli aşağıdakilerden hangisidir? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

- ☐ Sosyal Güvence
☐ İş ile ilgili risklerden koruyucu önlemler
☐ Adil ücret politikaları
☐ Hepsi

14. Çalıştığınız işe ve işyerine ne ölçüde bağlısınız?

- ☐ İşimi seviyorum, başka bir işletmede çalışmam.
☐ İşimi seviyorum, fakat daha iyi olanaklar sağlayan bir işletmede çalışırım
☐ İşimi sevmiyorum, başka bir iş bulursam çalışırım
☐ İşimi sevmiyorum, fakat çalıştığım ortamdan memnunum.

Katıldığınız için teşekkür ederim

ÖZ GEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Okan ÇOLAK
Doğum Yeri ve Tarihi : İslahiye – 28.05.1985

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Adnan Menderes Üniversitesi-Turizm İşlt. ve Otel. Y.O.
 Konaklama İşletmeciliği Bölümü
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce, Fransızca
Bilimsel Faaliyetleri : Çolakoğlu, Ülker, Keser, Elvan ve Çolak, Okan. (2008).
 “Turistik Destinasyon Swot Analizi: Kuşadası Örneği”, **II. Geçmişten Geleceğe Kuşadası Sempozyumu, GGKS’2008 5-9 Kasım 2008**, Kuşadası Belediyesi, Aydın.

İş Deneyimi

Stajlar :

06.2005-08.2005 Aqua Fantasy Hotel-Muhasebe Elemanı-Lisans Stajı-AYDIN
 05.2003-10.2003 Viva Le Prince Ada- Garson ve Barman-Lisans Stajı-AYDIN
 06.2001-10.2001 Petro Club Tatil Köyü– Cost Control-Kasiyer- Lise Stajı –ANTALYA
 06.2000-10.2000 Petro Club Tatil Köyü– Cost Control-Kasiyer- Lise Stajı –ANTALYA

Çalıştığı Kurumlar :

02.2009- Harran Üniversitesi-Öğretim Görevlisi-ŞANLIURFA
 09.2005-01.2009 Aqua Fantasy Otel-Ana Kasa Sorumlusu-İZMİR
 05.2004-10.2004 Fiesta Otel-Garson-ANTALYA

İletişim

e-posta Adresi : okancolak@harran.edu.tr
Tarih : 14.07.2009