

## **Tourism and Development Relations in West African States**

Babou SOGUE\* Senghor ABDOULAYE \*\*

\*Economic Community of West African States (ECOWAS). babousogue@gmail.com

\*\* University of Ouaga 2, Training and Research Unit in Economic Science and Management.

abdoulayesenghor@20gmail.com

### **Abstract**

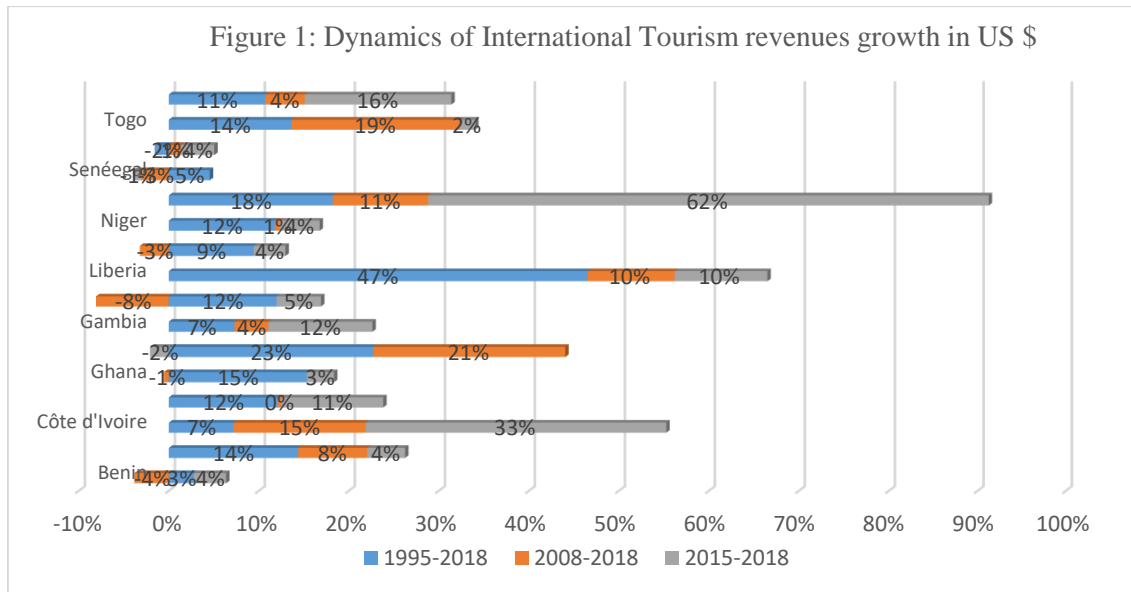
Tourism is considered a factor of development, and it indeed represents a significant share of the GDP of some countries in Sub-Saharan Africa. Tourism has already generated more than 3 million jobs in the ECOWAS region and more than 3.73 billion US dollars in 2018. The regional tourism policy emphasizes local development, in particular by creating skilled jobs and unskilled for marginalized groups and regions and integrating local communities as custodians and beneficiaries of natural and cultural resources. However, it was adopted in a context of major challenges that affect both tourism assets and the safety of tourists and therefore limiting access to certain tourist sites. It is between climate change, armed conflict and terrorism. This paper focuses on Tourism movement and Development relations in the Economic Community of West African States. It is concluded that tourism has multiple effects on development.

Keywords: Tourism and development, ECOWAS, West Afrika.

### **1. Introduction**

Tourism is considered as a factor of development, and it indeed represents a significant share of the GDP of some countries in Sub-Saharan Africa. Developing countries recorded strong growth in their participation in the world tourism market, from 11% to 32% between 1978 and 2002 (Vu Manh, 2007). In West Africa, the regional policy of the Economic Community of West African States (ECOWAS) on tourism adopted in 2019 and accompanied by an action plan for 2019-2029, underlines that tourism has already generated more than 3 million jobs in the region and more than 3.73 billion US dollars in 2018. This represented, 2% of the added value of services in the region (WDI, 2020). In addition, analyzes of the growth in US \$ receipts from International Tourism in the region in three distinct periods show a good performance of the sector regardless of the period studied. Indeed, it was 11%, 4% and 16% respectively 1995-2018, 2008-2018 and 2015-2018 (Figure 1). However, the results are disparate as shown in Figure 1, with higher growth in the long and short term than in the medium term, on the one hand, relative performance in the coastal countries than those of Interland.

Nevertheless, sectoral growth is well above that of the regional GDP despite the drop in the number of tourists entering the ECOWAS region from 2015 to 2018. Indeed, the number of entries increased from 8,707,000 tourists in 2008 to 11,274,400 tourists in 2015 and 4,467,000 tourists in 2018. However, the downward trend in tourism demand from 2015 could reveal problems of international competitiveness due not only to price but also to 'other factors such as quality (infrastructure, services, etc.), tourist safety, etc.



Despite this, it is well known that the tourism economy is more productive and contributes more to the economic growth of the region than other sectors. However, it is known that increased productivity is an essential source of improved economic well-being in modern societies (Solow, 1957). Also, tourism has become the main export sector for more than a third of developing countries, asserting itself as the only excess service production in trade between developed and developing countries (Vu-Manh, 2007 ). Vu-Manh's work shows that the region is recording an increase in the international competitiveness of the tourism sector in developing countries compared to the rest of the world. This is synonymous of an increase in productivity, an improvement in the total productivity of tourism factors and an increased of tourism contribution to rural development through the induced effects. However, in the long term, these productivity gains are more a consequence of technical progress still known as the Solow residue (1957) which according to him is the main source of growth. For the latter, the increase in the volume of production has three different causes: the increase in the capital factor, the increase in the labor factor, and the third that he calls "residue".

The rapid increase in the sector's Global Factor Productivity (TFP) not only allows the development of the countryside, but this situation has generally accelerated economic growth and job creation. The TFP being the interaction of other forms of capital (human, physical, technological, public) raises questions about the influence of the tourism sector in a context of insecurity on the PDF. From Kofi ANNAN, at the Council of Europe, Parliamentary Assembly (2011) it is admitted that armed conflicts have disastrous consequences on the environment, including the basis for the development of rural tourism. They destroy infrastructure, the pollution of water resources, poisoning of soils and fields, destruction of crops and forests, and overexploitation natural resources.

This study aims to measure, using a Cobb Douglas function on panel data, the impact of ourism on overall factor productivity.

## 2. Theoretical framework

The ECOWAS tourism policy emphasizes local development, including creating skilled and unskilled jobs for marginalized groups and regions and integrating local communities as custodians and beneficiaries of natural resources and culture. Such an approach is not atheoretical, let alone anachronistic from the point of view of economic theory. For Norton (2005) the powerful effect of rural economic growth including tourism on overall economic growth comes from the structure of rural income and consumption. The fact that rural populations are on average poorer

than urban populations, they are more likely to spend than to save, unlike city dwellers. Their spending is proportionately more than that of urban consumers on domestic rather than imported products (Block and Timmer, 1994). Therefore, rural tourism development underlies strong income multiplier effects in rural areas. Experiences of South Asian countries show that growth in agriculture and by extension rural tourism brings, among other things, a beneficial stimulation by creating markets for non-rural goods and services, which diversifies the base rural economy (Mellor and More, 2000). Norton (2005) reported that "strong empirical evidence has shown that agricultural and spin-off rural growth not only is an effective weapon against poverty but also that it is better at combating urban poverty than industrial growth. "Along the same lines, Dupont (2002) explains that" tourism is undeniably a powerful factor of economic development, the importance of which varies according to the tourism potential of each country and its economic possibilities in other areas ". From Dupont's point of view, the growth of the tourism economy depends on the factors of production with which each country is endowed.

Economic growth is commonly defined as the sustained increase over a long period of production of goods and services in a country. For several decades it has been measured by the growth rate of the Gross Domestic Product (GDP). The GDP is itself obtained by the aggregation of the values of all economic sectors of a country. Thus, the sum of all the added values created by all the economic agents, of tourism, within a country and whatever the nationality of the agents constitutes the tourism GDP of the country. The annual change in tourism GDP is called the "economic growth" of the tourism sector.

According to theory, economic growth is explained first by the number of factors of production mobilized. Thus, the quantity of labor factor, that is to say, the increase in the working population, directly contributes to the evolution of the number of goods and services produced. But it is above all the accumulation of capital that plays an important role: the increase in the volume of the capital stock through net investment plays a more important role than the increase in the volume of labor in the process. growth. Production is obtained through a productive combination of said factors. An increase in one of the factors of production leads to an increase in production. Growth is said to be extensive. But, according to David Ricardo, an increase in one factor, the other being constant, leads to diminishing returns in the long run and brings the economy to a steady-state. However, during the thirty glorious years production grew faster than the increase in the factors of production. For Robert Solow (1956) the part of the unexplained growth is due to a residual factor. The emergence of an unexplained "residue" has helped to emphasize the role of productivity gains made possible by technical progress.

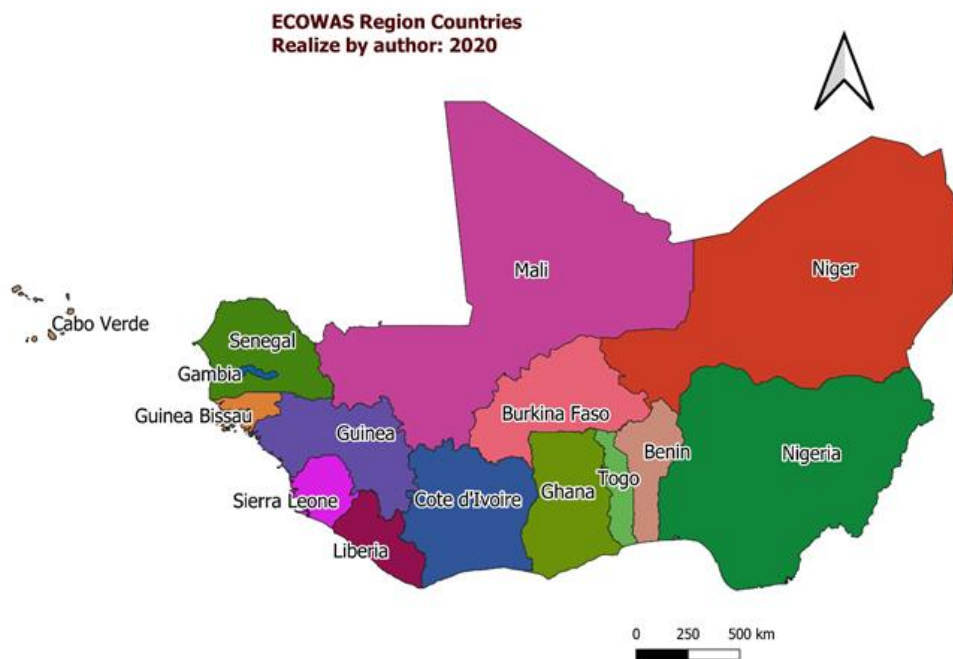
Total factor productivity (TFP) concentrates all the factors that will contribute to the increase in production and which are not necessarily linked to the increase in labor and capital. TFP best reflects that part of the growth due to the better efficiency of the factors of production, whether it is the labor factor or the capital factor. Production becomes intensive. However, Solow attributes this factor to an exogenous phenomenon. But Paul Romer (1986), Robert Lucas (1988), and Robert Barro, (1990) challenge Solow's theory by supporting the endogeneity of growth. For them, the unexplained residue of growth is a positive externality of economies of scale, public investment, investment in research and development, and investment in human capital. The residual factor is therefore endogenous. Under these conditions, poor integration of the listed forms of capital will negatively impact long-term economic growth. This opinion is still relevant today because authors like Rousseaux (2018) argue that a good part of the benefits generated by tourism is captured by international operators and what happens on-site is far from always being distributed equitably. and this regardless of social and environmental nuisances linked to tourism. In the same vein, Santillan and Guardado (2018) see ecotourism, a component of tourism, supposed to combine the economic advantages of the sector with social inclusion and environmental protection and therefore an alternative to mass tourism and its negative impacts as a scam. For them, the choices that claim to strengthen local and environmental awareness were, on the contrary, the engine of the expansion and massification of this market niche, which in reality is not harmless ". Also, some of its negative effects "result directly from the measures taken to guarantee the services, safety, and comfort of consumers little aware of the environmental

and social impacts to which they contribute. And above all, the real social relationships which contribute to this production are masked. "

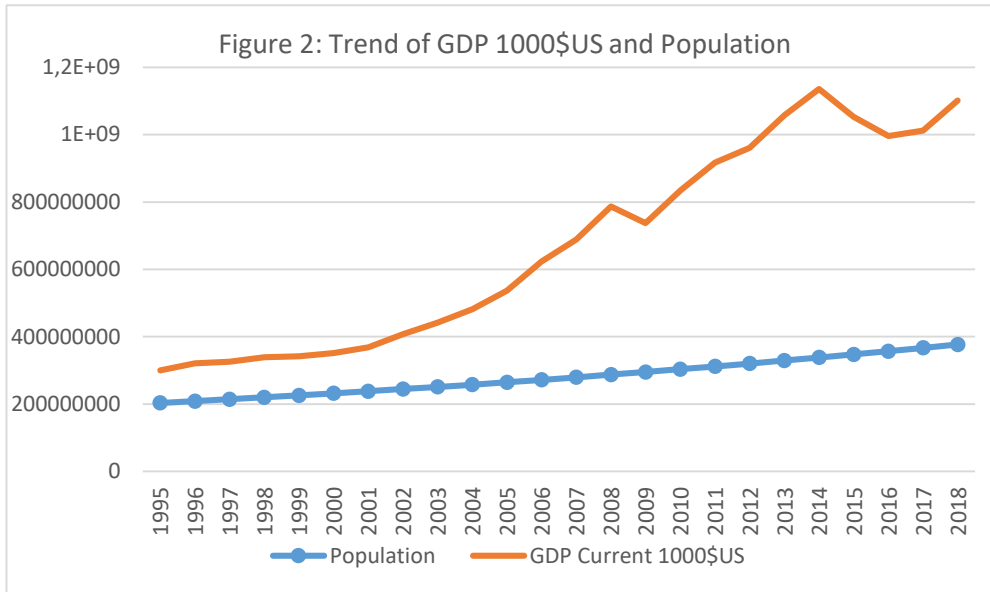
### 3. Methodology

The Economic Community of West African States (ECOWAS) is established on May 28 1975 via the treaty of Lagos. ECOWAS is a 15-member regional group with a mandate of promoting economic integration in all fields of activity, tourism including, of the constituting countries. Member countries making up ECOWAS are Benin, Burkina Faso, Cape Verde, Cote d'Ivoire, The Gambia, Ghana, Guinea,Guinea Bissau, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Sierra Leone, Senegal and Togo (figure 1).

Figure 1: ECOWAS Region

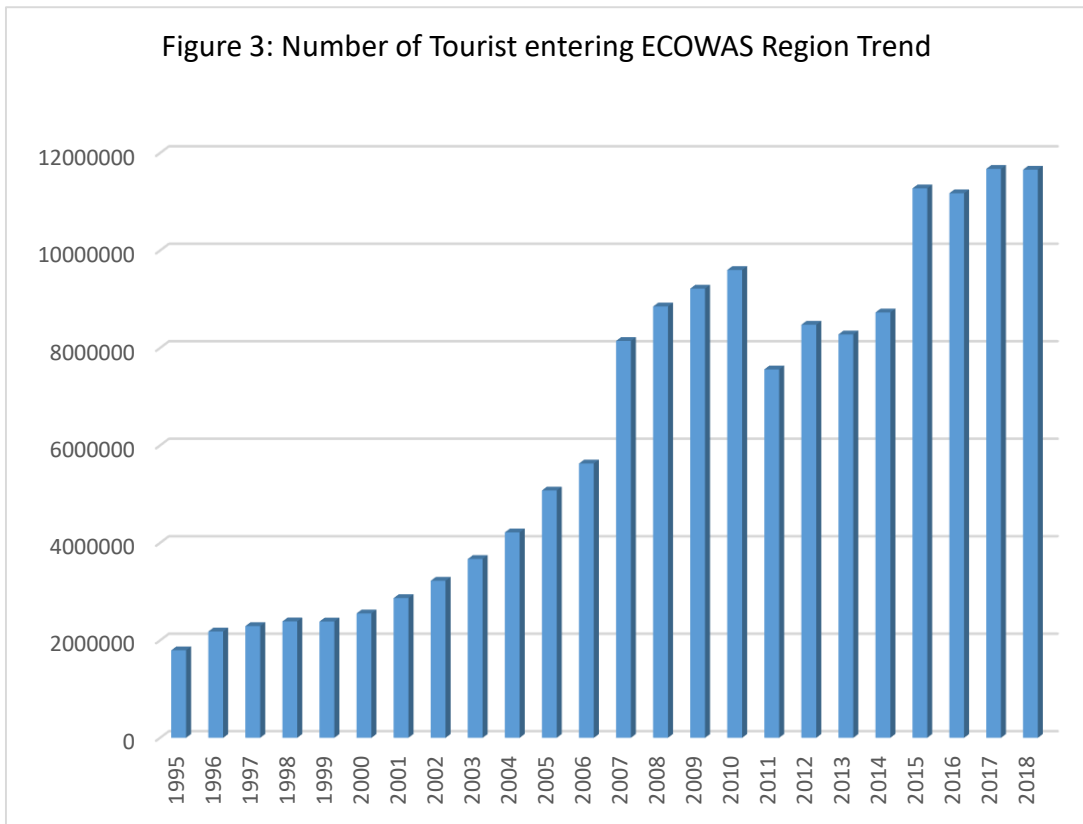


The GDP and the population increased by 9% and 3% respectively over the period 1995-2018. The GDP went from 97 billion to 725 billion \$US while the population went from 203 to 377 million. This involves GDP per capita increased by 0.04% yearly over the period that has gone from 475 to \$US 1923 per capita.



Source: WDI, (2020)

The entry of tourists to the ECOWAS region has increased since 1995 by 9.93% until 2018. Number of tourists has increased from 1.8 million in 1995 to 12 million in 2018. Tourist entrance generated revenues from \$US 600 million to \$US 5,6 billion respectively in 1995 and 2018 (figure 2). These represent revenues increased by 13% per year over the same period.



Source: WDI, (2020)

Expenses for passenger transport stations (current US \$) are increasing. Transportation revenues increased from US \$ 83 million to US \$ 475 million at an average annual growth rate of 8%. The

share of tourism in relation to imports decreased by -1.5% between 1995-2018, while the share of tourism in exports increased by 0.04% per year over the said period. This implies an improvement in the trade balance over the years.

#### Data

Secondary data from “World Development Indicators” (WDI, 2020) are used in this study. The data relating to the indicators of ECOWAS countries over the period 1995-2018. Also, a review of the literature was carried out to identify the direction of this study.

#### Model Specification

This document aims to analyze the contribution of factors of production to TFP of the tourism economy of ECOWAS countries. During the last decade, the relationship between tourism and development in West African countries has animated economic debates. However, the idea that tourism is a stimulus to economic growth is not unanimous, especially since it is not based on the findings of any empirical study on the subject. It is to give an empirical answer to this postulate that this study is being carried out. This allows us to calculate the contribution of each of the factors of production in the growth of tourism GDP (here, International tourism, income (current US \$) = Production), and their interaction with TFP. The factors of production selected are:

- GDP US\$ current
- GDP per capita (US\$ current)=GDPpercapita
- International tourism, expenses for passenger transport stations (current US \$) =Transport
- International tourism, number of arrivals =Tourist

#### Specification tests or homogeneity tests

When considering a sample panel data, the very first thing to check is the homogeneous or heterogeneous specification of the data generating process. Econometrically, this amounts to testing the equality of the coefficients of the model studied in the individual dimension. Economically, specification tests come down to determining whether we are entitled to assume that the theoretical model studied is perfectly identical for all countries, or on the contrary whether there are specificities specific to each country.

In this case, we shall develop panel data using the following methods:

- 1) Pooled OLS Regression Model;
- 2) Fixed Effect or LSDV Model;
- 3) Random Effect

Here we have taken fifteen countries of the ECOWAS Region such, Benin, Burkina Faso, Cote d'Ivoire, Cabo Verde, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Senegal, Sierra Leone, and Togo. And we have variables such as GDP (Current \$); GDP per capita (current US\$); International tourism, expenses for tourists transport items (current US \$); International tourism, receipts (US \$ current); International tourism, number of arrivals (people) and population (Upon 15 years old). We want to check the relationship between International tourism, receipts (Production), and other seven explanatory variables such GDP; GDP per capita; International tourism, expenses for tourists transport items (Transport); International tourism, number of arrivals (Tourist). Our data is from 1995 to 2018. So our observations would be 360.

If we denote by  $Y_{i,t}$  the logarithm of Production (tourism GDP),  $k_{i,t}$  the logarithm of the public capital stock (GDP),  $c_{i,t}$  the logarithm of public capital per capita,  $n_{i,t}$  the logarithm of expenditure on transport,  $To_{i,t}$  the logarithm of the number of tourists,  $P_{i,t}$  the logarithm of the population, The production function is of Cobb Douglass type, the general model is written in the form, for all  $i \in [1; 360]$ ;  $t \in [1; 24]$ :

$$Y_{i,t} = a_i + b_i k_{i,t} + \eta_i c_{i,t} + \gamma_i n_{i,t} + w_i P_{i,t} + \lambda_i To_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

The innovations  $\varepsilon_{i,t}$  are supposed to be i.i.d: of zero mean and of variance equal to  $\sigma^2$  whatever  $i \in [1; 360]$  :

1) Pooled regression

Here we pool all 360 observations together and run the regression model, neglecting the cross-section and time-series nature of data as Ordinary Linear square model. The major problem with the model is that it does not distinguish between the various countries that we have. In other words, by combining fifteen countries by pooling we deny the heterogeneity or individuality that may exist among fifteen countries. In other words, the elasticities of employment and capital are the same for all countries ( $\beta_i = \beta$ ;  $\gamma_i = \gamma = \eta_i = \omega_i = \lambda_i$  for all  $i \in [1; 360]$ ) and the average level of total factor productivity, represented here by the constants  $\alpha$ ; is also identical for all countries. The model is then written in the form:

$$Y_{i,t} = \alpha + \beta k_{i,t} + \eta_{Ci,t} + \gamma n_{i,t} + \omega P_{i,t} + \lambda T_{O_{i,t}} + \varepsilon_{i,t}$$

However, when working with aggregate series, it is relatively unlikely that the macroeconomic production function is strictly identical for all the countries studied. If the assumption of total homogeneity is rejected, then it is appropriate to test whether the elasticities of the different factors are identical. If this is not the case, a priori there is no common production structure between the countries. In this case, the use of panel data is not justified and may even lead to estimation bias. We must therefore estimate the production functions of country by country.

2) Fixed effect or LSDV Model

The fixed effect model allows for heterogeneity or individuality among fifteen countries by allowing to have its own intercept value. The term fixed effect is due to the fact that although the intercept may differ across countries, but intercept does not vary over time, that is it is time invariant. In other words, the source of heterogeneity of the model can then come from the constants  $\alpha_i$  which represent the average of the total productivity of the factors of production (Solow's residual). The equation is written:

$$Y_{i,t} = \alpha_i + \beta k_{i,t} + \eta_{Ci,t} + \gamma n_{i,t} + \omega P_{i,t} + \lambda T_{O_{i,t}} + \varepsilon_{i,t}$$

In this case, the average level of total factor productivity, determined by  $E(\alpha_i + \varepsilon_{i,t}) = \alpha_i$ ; varies across countries, even if the structure of production (the elasticities of the two factors labor and capital) is identical.

3) Random effect Model

The countries studied do not always have the same level of structural productivity because of the influence of a-temporal or structural factors, such as geographical position, climate, distance from major commercial axes, etc., therefore, to test the hypothesis of a constant common to all countries. If this hypothesis is rejected, we then obtain a model with individual effects which is written in the form:

$$Y_{i,t} = \alpha + \beta_i k_{i,t} + \eta_{iCi,t} + \gamma_i n_{i,t} + \omega_i P_{i,t} + \lambda_i T_{O_{i,t}} + \varepsilon_{i,t}$$

Here are fifteen countries that have a common mean value for intercept.

4) Hausman test:

The specification test amounts to determining whether the data generating process can be considered as homogeneous, or if, on the contrary, it appears completely heterogeneous, in the case of the use of panel techniques cannot be justified. Between these two extreme cases, it is necessary to precisely identify the source of heterogeneity to properly include the model. Hence the application of the Hausman test to check which model (fixed effect or random effect) can accept.

- Null hypothesis: Random-effects model is appropriate;
- Alternative hypothesis: Fixed effects model is appropriate.

If we get a statistically significant P-value, we shall use the fixed-effect model, otherwise Random effect model.

5) Diagnostic checking

Finally, we shall check whether there is serial correlation in the residual. Here, we shall use the Pesaran CD (cross-sectional dependence) test to test whether the residuals are correlated across entities.

- Ho: there is no serial correlation
- H1: there is serial correlation

**4. Results and discussion**

The Hausman test rejected the fixed-effect model for the random effect model because the P-value of Chi2 is 0.059, which is a bit more than 0.05. So the null hypothesis, that the Random-effects model is appropriate, is valid.

Ho: difference in coefficients, not systematic

- $\text{chi2}(5) = 10.62$
- $\text{Prob}>\text{chi2} = 0.059$

Therefore, the random model was retained to explain the contribution of other factors to the formation of the TFP of tourism. In addition Pesaran's test of cross-sectional independence = -0.707, Pr = 0.4793 confirms that there is no serial correlation. In the test of Wald attests that the joint coefficients are not zero. So the results are valid.

**Table: Random-effects GLS regression**

Production	Coef.	Std.Err.	z	P>z
<b>gdp</b>	-0.312	0.172	-1.82	0.069
<b>gdppercapita</b>	1.027	0.169	6.09	0
<b>transport</b>	0.116	0.024	4.84	0
<b>tourists</b>	0.376	0.052	7.16	0
<b>population</b>	0.722	0.259	2.78	0.005
<b>_cons</b>	0.619	1.981	0.31	0.755
<b>sigma_u</b>	0.847			
<b>sigma_e</b>	0.487			
<b>rho</b>	0.752	fraction of variance due to Ui		

R-sq: within = 0.652 ; between = 0.621; overall = 0.624

Wald  $\text{chi2}(5) = 656.82$  corr(u\_i, X)=0 (assumed) Prob >chi2=0.000

The results of the estimates show, on the one hand, that the elasticity of production concerning the GDP factor is not significant and, on the other hand, that the elasticity of production concerning GDP per capita (1.027 ), the population (0.722) is much higher than the elasticity of production concerning public capital (GDP) (-0.312) to employment devoted to tourist transport (0.116) and the number of tourist entries (0.376). Also, public capital has a negative impact on total factor productivity. Indeed, an increase of 1% of the GDP leads to a fall of 0.312% of the TFP of tourism. This result should be linked to the fact that the tourism sector is extremely labor intensive and less capital intensive but above all, not a priority because of the low contribution of public investment to this sector. Vu-Manh (2007) made the same observation. For him, “In the case of developing countries or countries in transition, which have climatic or cultural attractiveness and natural resources, a specialization in the export of tourism products and services, apparently labor-intensive, would seem conforms to the principle of relative factor endowments, within the framework of a Heckscher-Ohlin-Samuelson type economy, or to the

principle of comparative advantages, within the framework of a Ricardo-Viner-Johnson type economy.”

The sum of the coefficients associated with the factors of production is equal to 1.929, so there is indeed growth in marginal productivities. The sum of these coefficients being greater than 1, the returns to scale are therefore increasing.

The results also show that the total factor productivity of tourism is not statistically significant as shown by the P-value (0.755) which is greater than 0.05. This, poor integration of the forms of capital present to improve the contribution of the tourism sector to growth. In other words, the combination of producer factors fails to generate the expected externality.

## 5. Conclusion

The tourism sector is experiencing sustained growth in most of the countries of the ECOWAS region, in the long term as well as the medium and short term. Despite the strong trend growth inflows, tourism demand shows great instability, in particular by reference to the countries considered individually. The analyzes show that growth is maintained by the GDP per capita, the cost of transport, the number of tourist arrivals, and the volume of the working population. However, the total factor productivity of tourism is not statistically significant. This reflects a poor integration of the forms of capital present to improve the contribution of the tourism sector to growth. In other words, the productive combination of production factors fails to generate the expected externality for lack of innovations in the said sector. However, the paucity of statistics requires qualification in the conclusions emanating from these results.

## 6. Bibliography

- Barro R.J., Sala-i-Martin X. (1990). "Public Finance in Models of Endogenous Growth", NBER, Working Paper, n°3419.
- Block S., and Timmer C. P., (1994). Agriculture and Economic Growth: Conceptual Issues and the Kenyan Experience, miméo, Harvard Institute for Economic Development, Cambridge, Massachusetts, 1994.
- Dupont L., (2002). Contribution à l'étude des dimensions économiques du tourisme et des voyages, édition L'harmattan, 624p
- Lucas, R. (1988), « On the Mechanisms of Economic Growth », *Journal of Monetary Economics*, Vol. 22, N° 1, pp. 3-42.
- Mellor J., (2000). Faster More Equitable Growth: The Relation between Growth in Agriculture and Poverty Reduction, Discussion Paper CAER II n° 70, Harvard Institute for International Development, Cambridge, Massachusetts, mai 2000, pages 10, 13 et 29.
- Pastran, S. H., (2018). « Tourisme solidaire et 'volontourisme' : critiques postcoloniales », in Alternatives Sud, La domination touristique, 2018, p. 72
- Romer, P.M. (1986), « Increasing Returns and Long-Run Growth », *Journal of Political Economy*, Vol. 94, N° 5, pp. 1002-1037.
- Rousseaux, V., (2018): Le tourisme, facteur de développement... ou de domination ? Publié le 13 novembre 2018
- Santillan A.A. L, et GUARDADO G. M., (2018). « Ecotourisme, développement et durabilité au risque du marché », in Alternatives Sud, La domination touristique, 2018, p. 51.
- Vu Manh C., (2007). Tourisme, croissance et intégration dans l'économie mondiale : Les apports du concept de développement durable. Université du sud Toulon-var faculté de sciences économiques et de gestion Laboratoire d'Economie Appliquée au Développement

## **Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm Bağlamında Kırsal Turizmin Yeri ve Önemi: Otantik Kırsal Turizm Projesi**

**Zeki AKINCI<sup>1</sup>, Murad Alpaslan KASALAK<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Doç.Dr.,TurizmİşletmeciliğiBölümü, TurizmFakültesi, AkdenizÜniversitesi, Antalya, Türkiye

<sup>2</sup>Doç.Dr.,RekreasyonYönetimiBölümü, TurizmFakültesi, AkdenizÜniversitesi, Antalya, Türkiye

muradkasalak@akdeniz.edu.tr

### **Özet**

Dünya ekonomisi içerisinde turizm endüstrisinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve büyümesi sosyo-ekonomik açıdan gelişmemiş veya gelişme konusunda yeterli kapasiteye sahip olamayan kırsal bölgelerin kalkınması için önemli fırsatlar sunmaktadır. Kırsal bölgelerin kalkındırılmasında tarımsal kalkınmayla birlikte kırsal alanda bulunan ve turizm için gerekli olan doğal kültürel folklorik ve sosyal değerlerin birer çekicilik olarak değerlendirilebilmesiyle sürdürülebilir bir kalkınmanın sağlanması mümkün olabilecektir. Bu bağlamda özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından kırsal turizm sürdürülebilir kırsal kalkınmanın sağlanmasında etkin bir rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır.

Yapılan bu teorik çalışmada kırsal turizminin koruyarak kullanma ve kullanarak koruma anlayışına sahip sürdürülebilir turizm açısından kavramsallaştırılması makro ve mikro düzeyde yeri ve önemi ele alınmıştır. Bu bağlamda Antalya'nın bozulmamış önemli bir kırsal turizm potansiyeline sahip olan Serik İlçesi Akbaşı Köyü ile ilgili sürdürülebilir bir otantik kırsal turizm projesi geliştirilmiş ve başta Akbaşı Köyü yerel halkı olmak üzere tüm paydaşların beklentilerine cevap verebilmesi hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Turizm, Kırsal Turizm

## **The Importance of Rural Tourism in the Context of Sustainable Development and Tourism: Authentic Rural Tourism Project**

### **Abstract**

The rapid development and growth of the tourism industry within the world economy provides important opportunities for the development of rural areas that are not socio-economically developed or do not have sufficient capacity to develop. In the development of rural areas, it will be possible to achieve a sustainable development by evaluating then natural cultural folkloric and social values which are necessary for tourism together with agricultural development as an attraction. In this context, especially for developing countries, rural tourism reveals that it can play an active role in ensuring sustainable rural development.

In this theoretical study, conceptualization of rural tourism in terms of sustainable tourism with conservation and use and conservation understanding has been discussed in macro and micro level. In this context, a sustainable authentic rural tourism project has been developed for the Akbaşı Village of Serik District, which has an important unspoiled rural tourism potential of Antalya, and it is aimed to meet the expectations of all stakeholders, especially the local people of Akbaşı Village.

**Keywords:** Sustainable Development, Sustainable Tourism, Rural Tourism

### **1. Giriş**

Günümüzde turizm olayı, hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkeler açısından sosyal, kültürel ve ekonomik boyutlarıyla gün geçtikçe daha da önem kazanmaktadır. Deniz, kum ve güneş motivasyonlu genel ilgi turizmi kapsamında sunulan hizmetlerin kısıtlı bir zaman dilimi içerisinde sunulması nedeniyle mevcut doğal ve fiziksel kapasiteler yoğun bir şekilde kullanılmakta, doğal çevrenin aşırı kullanmaya ve yüklenmeye bağlı olarak bozulması ve sürdürülebilirlik yeteneğini kaybetmesi söz konusu olmaktadır. Bununla birlikte, genel ilgi turizmine kısıtlı bir zaman diliminde yoğun bir talep söz konusu iken, yılın büyük bir bölümünde ise talep yok denecek kadar azalma, işletmelerin kapasitelerinin atıl kalmakta ve istihdam azalmaktadır. Bu bağlamda, genel ilgi turizmi kapsamında sürdürülebilir bir kalkınmadan, sürdürülebilir bir turizmden bahsetmek mümkün olmamaktadır.

Sürdürülebilir kalkınmanın bir aracı olarak kabul gören sürdürülebilir turizmin *gelecekteki* fırsatları koruyup geliştirmeyi gözetmesi, turistlerin ve ev sahipliği yapan bölgelerin ihtiyaçlarını karşılamayı öngörmesi, kültürel bütünlüğün, zorunlu ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin devamlılığını sağlaması ve nihayetinde ekonomik gerekleri karşılamasına yönelik sürdürülebilir turizm ürünleri yaratma çabalarını ortaya koyması gerekmektedir. Bu bağlamda, özel ilgi turizmi; sürdürülebilir turizmin önemli bir aracı olarak genel ilgi (kitle) turizminin topluma ve doğal çevreye karşı olumsuz etkilerini sınırlamaya yönelik, kitle turizminin verdiği zararları onarma yoluna giden ve ev sahibi bölgenin gereksinimlerini karşılamaya çalışan çevre, toplum ve kültürlerle uyum içinde işlenen alternatif bir sorumluluk yaklaşımı olarak görülebilir.

## 2. Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm

Karaman'a göre (1996) sürdürülebilirlik, "bir toplumun, ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ya da sistemin hayati bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi yeteneği" olarak tanımlanmaktadır (Karaman, 1996:102). Sürdürülebilirlik sosyal, ekonomik ve ekolojik boyut olmak üzere üç farklı aşamada ele alınmaktadır (OECD, 2005; Özyol, 2013: 136):

- **Sosyo-kültürel Boyut:** Sürekli eğitim ile kişilere "Hayat Kalitesinin Artırılmasının" kendilerine ve sonraki nesillere sağlayacağı faydalar anlatılmalıdır. İnsanların kültürel, maddesel ve ruhsal ihtiyaçlarını eşit biçimde karşılayabilmek olarak tanımlanmıştır.
- **Ekonomik Boyut:** Yeryüzündeki her kaynak sınırlıdır. Dolayısıyla, elimizdeki kaynak ne olursa olsun, bu kaynağın insan yaşamının kalitesini artırabilecek biçimde nasıl en adil dağıtılacağı yolunu bulmalıdır. Maliyetler gelirleri aşmadan kendi kendine yeterliğin sağlanması olarak açıklanmaktadır. Ekonomik boyut faaliyetlerin ve üretim faktörlerinin sürdürülebilir kullanımını ifade eder.
- **Çevresel (Ekolojik) Boyut:** Geri dönüşümlü olsun ya da olmasın, her doğal kaynağın, devamlılığını sağlayabilecek şekilde kullanımı hedeflenmelidir. Ekosistemlerin desteklenmesiyle uzun dönem yeterliğin sağlanması anlamını taşımaktadır. Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımının sağlanarak, gelecek kuşakların da en az günümüz kuşakları kadar bu kaynaklardan yararlanmasını sağlamak olarak ifade edilmektedir. Ekolojik (çevresel) olarak sürdürülebilir bir sistem, yenilenebilir kaynak sistemlerinin aşırı kullanımından sakınarak, istikrarlı kaynak yapısını sürdürebilen bir sistemi ifade etmektedir.

Turizm geniş ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel sonuçları olan sosyokültürel ve ekonomik bir olgudur. Turizmin sadece pozitif ekonomik etkiler yaratarak hızla artan bir ekonomik aktivite olmadığı, aynı zamanda yapay ve doğal çevre üzerinde tahribata sebep olabilen sosyal ve kültürel problemler yaratabilen bir uygulama alanı olarak da kabul edilmektedir. Turizmde sürdürülebilirlik ise Çubuk'a (1996) göre, turizme kaynak oluşturan bölgesel ya da doğal değerlerin korunup geliştirilerek çekiciliğin devamlılığının sağlanmasıyla mümkündür (Çubuk,

1996: 20). Bu bağlamda sürdürülebilir turizm, “insanın etkileşim içinde bulunduğu çevrenin korunarak, kültürel ekonomik ve biyolojik çeşitliliğin idame ettirildiği ve aynı zamanda o bölgeye gelen turistlerin ekonomik, sosyal ve ekonomik ihtiyaçları ile gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçları karşılayabilmelerini hedefleyen bir yönetim şekli” olarak tanımlanabilir (Dinçer, 1996:342).

Kalkınmada amaç kısaca ekonomiyi genişletmek ve büyütmek anlamına gelmektedir. Sürdürülebilir kalkınma ise, gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye sokmaksızın, bugünkü kuşakların ekolojik, sosyo-kültürel ve ekonomik ihtiyaçlarını karşılayabilen kalkınma stratejisi anlamına gelmektedir. Sürdürülebilir kalkınma, insan ile doğa arasında hassas bir denge kurarak doğal kaynakları arzın kapasitesini aşmadanbugünün ve gelecek nesillerin başta çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomikboyutları bakımından ihtiyaçlarının karşılanmasına ve kalkınmasına imkân sağlayacakşekilde hem bugünün ve hem de yarının yaşamını ve kalkınmasını uyumlu bir şekilde programlama ve geliştirme anlamını taşıyan bütüncül bir yaklaşımdır.

Brundtland Raporu'na göre benimsenen eko-kalkınma, sürdürülebilir kalkınma stratejisinin temelini oluşturmaktadır. Çok boyutlu bir kavram olan sürdürülebilir kalkınma; kalkınma ve mevcut doğal kaynaklar ile çevre korumasının birbirini bütüncü kavramlar olduğu ve ikisinin de ortak amacının yaşam kalitesinin iyileştirilmesi anlamına geldiği belirtilmektedir (WCED, 1987:46). Burada amaç, doğal sermaye stokunda bir azalma olmaksızın gelecek nesillerin de bugünkü nesiller gibi aynı refah düzeyinde yaşamalarını sağlamaktır (Çetin, 2006:2). Sürdürülebilir kalkınma; koruma ve kalkınma kavramlarını bünyesinde barındırmakta ve eş zamanlı ele almaktadır. Sürdürülebilir kalkınma kavramında; bir taraftan kalkınma sağlanır iken diğer taraftan da korumanın sağlanmasına odaklanılmakta, bu nedenle hem doğal kaynakların hem de insan kaynaklarının kalitesini iyileştirmeye ve bunlardan uzun süreli yararlanılmasını sağlamaya çalışan bir yaklaşım olarak benimsenmektedir (Kaya, 1997:23).

Sürdürülebilir turizm olgusu sürdürülebilir kalkınmaya dayanmakta ( Hardy ve Beeton, 2009:170) ve ekonomik gelişme, çevresel kaynakların korunması, yerel halkın ve turistlerin tatmini konusunda bir denge unsuru kabul edilmektedir (Hunter, 2002:10). Sürdürülebilir turizmin en belirgin özelliği hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin ihtiyaçlarının karşılanması ve birer ekonomik kaynak olarak kullanılan turistik çekiciliklerin zenginleştirilip korunmasıdır (Edgell, 2006:15). Her şeyden önce sürdürülebilir turizm, doğal kaynakların korunarak kalkınmanın gerçekleşmesini ve turizm gelişiminin planlı temellere dayandırılmasını ön koşul olarak kabul etmektedir. Böylece doğal ve kültürel varlıklar korunurken bölgede ekonomik ve sosyal gelişim de sağlanmaktadır (Rebollo ve Baidal, 2003:184). Görüldüğü gibi, sürdürülebilir turizm, insanın doğal çevre üzerindeki etkisini en aza indirmekten ziyade, doğal çevrenin insan üzerindeki etkisini en üst noktaya çıkaran ekosantrik (doğa merkezci) bir anlayışı egemen kılmaktadır.

Sürdürülebilir turizm, turizmin ekonomik karlılığın önem kazandığı 1960’lardan itibaren ulusal yönetimler tarafından desteklenmesiyle kitle turizminin çevresel öğelerin taşıma kapasitesi göz ardı edilerek kontrolsüz gelişiminin fiziksel ve toplumsal çevre üzerinde olumsuz etkilere neden olması sonucu ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir turizm kavramı, uzun dönemli, katılımcı, çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik uyumlu bir turizm gelişimini ifade etmektedir. Bu bağlamda, yerel toplum için mevcut faydalar ve sağlanacak fırsatlar arasında bir denge aramakta (Timur ve Getz, 2002:12), diğer yandan hem kültürel, çevresel, biyolojik kalite ve çeşitliliği ve bunların ev sahibi toplumla uyumunu göz önüne almakta, hem de doğal kaynakların, doğal ve kültürel mirasın korunmasını ve sosyoekonomik refahı sağlamaktadır (Çıracı vd. 2008:91). Aynı zamanda sektörü besleyen doğal çevre ve insan kaynaklarını olumsuz yönde etkilemeden turizm kapasitesini ve turizm ürünlerinin kalitesini artırmayı amaçlayan sürdürülebilir turizm olgusu (Can, 2008: 26), yapılaşmada yerel mimari özelliklerin korunmasına, tarihi ve arkeolojik kalıntıların özgün ortamla uyumunun bozulmamasına özen gösterme temel felsefesiyle yeniden yapılanma yerine mevcut yapıların kullanımı ve bu konuda çabaların geliştirilmesini öngörmektedir (Çakılcıoğlu,1996:29).

Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için bölgeden bölgeye farklılıklar arz eden çevresel kaynakların taşıma kapasitesi ve diğer özellikleri dikkate alınarak düzenleme ve planlama yapılması bir zorunluluktur. Ekonomik, insani, doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilirliği konusunda avantaja sahip ülkeler daha kaliteli ürün ve hizmetleri, kesintiye uğramadan hedef pazarlara ulaştırabilme şanslarını ve böylece uzun vadeli rekabet gücünü artırmaktadırlar (TÜSİAD, 2012:37). Bu kapsamda oluşturulacak sürdürülebilir turizmin genel ilkeleri aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Çakılcıoğlu, 1996:31-40; Karaman, 1996:101):

- Turistik düzenlemelerin talebe göre değil, arza göre yapılması,
- Önceliklerin yerel halka verilmesi,
- Turizmin 12 aya yayılması,
- Toplu taşımaya ağırlık verilmesi,
- Temiz enerji kullanımının özendirilmesi,
- Gerçek yaşamın sahnelenmesi,
- Mevcut yapı stokunun kullanımı,
- Toplumsal ve kültürel kimliğin korunması,
- Turizm yatırımlarının esnek, gelişmeye açık ve uzun vadeli olması.

Sürdürülebilir turizmin genel ilkeleri doğrultusunda sürdürülebilir turizm, insanın çevre üzerindeki etkisini en aza indirmeden ziyade çevrenin insan üzerindeki etkisini en üst noktaya çıkararak kültürel ve çevresel zararları en aza indirmeyi, yerel halk ve ziyaretçi memnuniyetini en iyi düzeyde ve söz konusu bölge için uzun dönemli ekonomik sürdürülebilir gelişmeyi ve kalkınmayı en uygun düzeyde sağlamayı amaçlamaktadır. Böylece ekosistemin kaynaklarına aşırı yüklenilmemesi ve kendisini yenileyebilmesine olanak sağlanmış olacaktır. Bu bağlamda sürdürülebilir turizmin alt amaçları da aşağıdaki gibi sıralanabilir (Çakılcıoğlu, 1996: 41-43):

- Tarihsel, doğal ve kültürel varlıklar ile bir bütün oluşturan çevreyi ve toplumu korumak,
- Tarihsel, doğal ve kültürel varlıkları turizme kazandırmak,
- Turizmi çeşitlendirmek ve mevsimlere yaymak,
- Turizm gelirlerini arttırmak,
- Ulaşım olanaklarını kolaylaştırmak,
- Altyapı ve hizmet sorunlarını çözmek,
- Turizm sektöründeki işgücünün niteliğini ve niceliğini arttırmak,
- Turizm sektöründeki yatırım olanaklarını geliştirmek.

### 3. Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma ve Kırsal Turizm

Kırsallık kavramını üç farklı çerçevede değerlendirmektedir(Clokev.,2006:20-21):

1. Kırsallığın işlevselliği kapsamına göre; Bu kapsamda alanın nasıl kullanıldığı (özellikle tarım ve ormancılık) ve bu bölgedeki yerleşim yapısı (düşük gelirli küçük yerleşimler ve yoğun bir manzara) kırsalı tanımlamada on plana çıkmaktadır.
2. Politik-ekonomik kapsama göre; Bu kapsamda yöredeki politik ideoloji (üyeye özel ve gönüllü faaliyetleri üzerine kamu müdahalesi), üretim modelinin farklılığı (otantik içerikli), kamu hizmeti üretiminin zorluğu ve dağılımı (kamu hizmetinin o bölgeye tam olarak götürülmemiş olması), düşük tüketim ve ekonomik etkinliğin sağlanamaması göz önüne alınmaktadır.
3. Kırsallığın sosyal yapısına göre; Bu kapsamda da bölgenin sosyo-kültürel yapısı değerlendirilir. Genelde de farklı sosyo-kültürel değerlerin ağırlık kazandığı bir yapının olduğu gözlemlenir.

Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının özünde, kalkınma sadece bir büyüme olarak algılanmamakta, kalkınmanın içerisinde büyüme gibi fiziksel değerlerden ziyade, insan ve çevre gibi sosyal değerler yer almaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir kırsal kalkınmada insan kaynaklarının geliştirilmesine yönelik kalkınma insani kalkınma olarak tanımlanmakta ve hem

kırsal kalkınma, hem de genel kalkınma için önemli bir yapı oluşturmaktadır(Öztürk ve Mengüloğlu, 2008:210). Moseley'e göre de (2003:4) kırsal kalkınma üç farklı açıdan değerlendirilebilir:

- 1) Kırsal kalkınma; içerisinde eğitim, sağlık, barınma, kamu hizmetleri ve imkânları, liderlik ve yönetim kapasitesi, kültürel miras gibi kırsal alanlarda yaşayanların ve mekânların yaşamsallığı ile ilgili tüm önemli unsurları kapsayan geniş bir kavramdır.
- 2) Kırsal kalkınma; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel hedeflere sürdürülebilir bir şekilde entegre olmaya çalışan çok boyutlu bir süreçtir.
- 3) Kırsal kalkınma; ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel değişikliklerle elde edilen sürdürülebilirlik sayesinde bütün toplum adına uzun vadeli bir refah yaratan bir değerdir.

Kırsal kalkınma, kırsal alanlarda yaşayan insanların sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan yaşamını olumlu yönde değiştirecek biçimde üretim, gelir ve refah düzeylerinin geliştirilmesi, dengesizliklerin giderilmesi, kentsel alanlarda mevcut fiziksel ve toplumsal alt yapının kırsal alanlarda da oluşturulması, tarımsal ürünlerin daha iyi değerlendirilmesi yönündeki süreçleri, etkinlik ve örgütlenmeleri olarak tanımlanabilir. Kuşat'a göre (2014:69) kırsal kalkınma ne şekilde tanımlanırsa tanımlansın, bu kalkınma turunun içerisinde önemli yapı taşı tarımdır. Kırsal kalkınma ile kalkındırılacak kırsal topluluklar da büyükoranda köylüdür. Kırsal kalkınma programları neticede, geçiminin çok büyük kısmını tarımsal faaliyetlerden elde eden köylülere uygulanır. Kırsal turizm faaliyetlerinin de bu nedenle büyükoranda köylerde ikamet eden topluluklara benimsetilmesi, kırsal kalkınmanın kırsal turizmle sağlanmasının ön koşuludur. Ayrıca, kırsal kalkınma programlarının kendi kendini idame ettirebilme yeteneğine sahip olmaları ise, kaynak etkinliğinin sağlanması ve sürdürülebilirlik için oldukça önemli bir yapı oluşturacaktır. Özellikle de üretim faktörlerinin son derece hızlı ve bilinçsiz şekilde tüketildiği, sürdürülebilirlik bilincinin de çoğu zaman göz ardı edildiği toplumlarda ortaya çıkan bu pozitif dışsallık, ekonomilerin için oldukça önemli bir değerdir. Bu bağlamda kırsal kalkınma programlarının kırsal dönüşümü iyi şekilde sağlayacak biçimde yapılandırılmasına ihtiyaç vardır. Çünkü kırsal kalkınma kırsal alanlarda kırsal dönüşümü gerekli kılar.

Gallent vd.'ne göre (2008:37) kırsal kalkınma için gereken kırsal dönüşümün sağlanması yaşamsallık, istihdam, koruma ve canlılık alt başlıklarında toplanacak tam 10 noktaya dikkat edilmesiyle beklenen başarıya ulaşmayı sağlayacaktır. Bu noktalar;

- 1) Kırsal toplumların başarılı bir şekilde bir yaşam kırsalı oluşturması ve yüksek kaliteli kamu hizmetlerine erişimin sağlanması gerekir. Bunun için:
  - ✓ Yaşamsal özellikli kamu hizmetleri desteklenmeli,
  - ✓ Modern kırsal hizmetler oluşturulmalı,
  - ✓ Uygun şekilde konut temini sağlanmalı,
  - ✓ Yerel bazlı taşıma sistemi sorunları çözülmeli.
- 2) Yüksek ve istikrarlı bir istihdam imkânı sağlayan çeşitlilikte bir kırsal alan çalışması yapılması gerekir. Bunun için:
  - ✓ Pazar alanlarını ve kırsal ekonomiyi büyüten bir canlandırma işlemi gerçekleştirilmeli,
  - ✓ Tarım için yeni bir bakış açısı geliştirilmelidir.
- 3) Çevrenin sürdürülebilirliği ve geliştirilmesinde korumacılığın önemi fazladır. Bunun için:
  - ✓ Kırsal bölgeye özel korumacılık programı oluşturulmalı,
  - ✓ Herkesin hoşlanacağı gibi bir kırsal alan yaratılmaya çalışılmalıdır.
- 4) Tüm üretim alanlarında hükümet tarafından sesinin duyulabileceği, kendi kendini şekillendirebilen canlı bir kırsallık yaratmak gerekir. Bunun için:
  - ✓ Ülke kırsallarına kentten göç verme sağlanmalı,
  - ✓ Düşünce sisteminin kırsal bazlı olması sağlanmalıdır.

Kırsal turizm çok boyutlu bir alternatif turizm türüdür. Kırsal alan olarak ifade edilen alanlarda, yörenin ekonomik, sosyo-politik, kültürel, tarihi, coğrafi, beşeri yapısına uygun olarak gelişen ve gelişmesi teşvik edilen turizm türüdür(Kuşat, 2014:67). Diğer bir deyişle, kırsal turizm, kırsal alanlarda insanların eğlenme, dinlenme ve boş zamanlarını değerlendirme amaçları için ayrılmış

ve düzenlenmiş alan ve yapıların görünümüdür. Bu bağlamda, piknik ve kamping alanları, plajlar, motel, otel ve tatil köyleri kırsal turizm kapsamına girmektedir. Bu alanlar ve yapılarının bilinçli bir planlama ile doğa içinde eritilmeleri, doğa ile bir bütünlük oluşturmaları gerekmektedir. Bu açıdan aşırı kullanım ya da bu alanlara fazla yüklenme, hem yararlananlar hem de çevre, doğal etmen ya da özellikleri açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Koç ve Şahin, 1999). Bu nedenle kırsal turizmin belirli ilkeler çerçevesinde sürdürülmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda, kırsaldaki turizmin ilkeleri; yararlanma, gelişim, tasarım, kırsal ekonomi, koruma ve pazarlama olmak üzere 6ana başlık altında özetlenebilir(Sharpleyve Sharpley, 1997).

- Gelişim: Kırsaldaki turizm gelişimi, koruma ve ayağa kaldırma amaçlarına yardımcı olmalıdır. Örnek olarak, tarihi evlere yeni kullanımlar, çiftliklere ise ek kullanım ve gelir getirebilir; terk edilmiş arazilerin ıslahına yardımcı olabilir ve kırsala ulaşım için yeni fırsatların önünü açabilir.
- Yararlanma: Turistlerin kırsaldan daha çok yararlanmalarını sağlama çabaları, kırsalın özelliğini, güzelliğini, kültürünü, tarihini ve yaban canlılarını merkez alan etkinliklere yöneltilmelidir.
- Kırsal Ekonomi: Turizme yatırım, kırsal ekonomiyi desteklemeli, fakat hem yoğun kalabalıktan ve erozyon ile aşırı kullanma dolayısıyla turizm kaynaklarına hasar vermektan kaçınmak için hem ekonomik ve hem de başka faydaları yaygınlaştırmak için coğrafi olarak daha geniş çapta yayılmanın ve ziyaretlerin en yoğun olduğu dönemlerin dışına daha çok kaydırılmasının peşinde olmalıdır.
- Tasarım: Yeni turizm gelişimlerinin planlanması, yerlerinin saptanması ve yönetilmesi, peyzaja uygun olmalı ve mümkün olan durumlarda ise peyzajı zenginleştirmeye çalışmalıdır.
- Koruma: Kırsaldaki turizmden faydalananlar, bu turizmin en değerli varlığı olan kırsal korunmasına ve zenginleştirilmesine katkıda bulunmak için koruma ve ayağa kaldırma politikalarına ve programlarına politik ve pratik destek sağlamalıdır.
- Pazarlama: Turizm sanayisinin tanıtım, bilgilendirme ve pazarlama girişimlerinde insanların kırsala yönelik anlayışlarını ve ilgilerini derinleştirerek takdir etme ve yararlanma duygusuna ulaşmalarını sağlamaya çalışılmalıdır.

#### **4. Otantik Kırsal Turizm Projesi (Serik-Akbaş Köyü)**

Akbaş Köyü, 690 nüfusludur. Antalya'ya 51 km ve bağlı bulunduğu Serik İlçesi'ne 18 km ve Zeytintaşı Mağarasına 5 km uzaklıktadır. Söz konusu proje alanı Serik İlçesi ile Zeytintaşı Mağarası'nın arasındadır.



Şekil 1 Proje Alanı ve Zeytintaşı Mağarası Ulaşım Yolu

**4.1. Projenin Tanımı:** “Otantik Kırsal Turizm Projesi” sosyo-kültürel, sanatsal, özgün mimari ve ekonomik boyutu olan, sürdürülebilir turizm bağlamında alternatif turizm kapsamına giren kırsal ve mağara turizmi anlayışına uygun olarak hazırlanmış bütünleşik bir turistik ürün geliştirme ve çeşitlendirme projesidir.



Şekil 2. Proje Çalışma Alanı

**4.2. Projenin temel amacı;** sürdürülebilir kalkınma ve turizm ilkesi çerçevesinde bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerini ön plana çıkararak kırsal turizm bağlamında yeni ürünlerin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesini sağlamak yoluyla turizmi iç bölgelere yaymak ve bölgesel gelir düzeyi farklılıklarını minimize etmektir.



**4.3. Projenin alt amaçları:**

- Antalya Bölgesinde ve Ülkemizde özel ilgi turizmini destekleyerek turizmi 12 aya çıkarma faaliyetlerine katkıda bulunmak,
- Deniz kum güneş üçgeni dışına çıkılarak turizmi iç kesimlere yaymak,
- Kırsal alanda yaşayanların kültür birikimlerini ön plana çıkarmak,
- Kırsal alanda yaşayanların turizmden pay alması sağlamak,
- Bölgesel gelişmişlik ve gelir farklılıklarını minimize etmek,
- Yerli halkı destekleyerek projenin merkezinde yer almasını sağlamak,
- Yerel halka gelir getirici iş imkânı yaratarak sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlamak ve istihdam yaratmak,
- Bölge turizminin canlandırılması ve değerlendirilmesine katkı sağlamak,
- Çevrenin korunmasına yardımcı olmak,
- Kırsal kesimde yaşayanlar, zanaatkarlar ve sanatçıların iç içe yaşadığı otantik bir Yörük kültür köyü oluşturmak,
- Turistlere ve yöre halkına alternatif bir turistik destinasyon olanağı sunmak,
- Otantik Yörük Köyü Projesi ile mevcut bir turistik destinasyon olan Zeytintaş Mağarasını cazip hale getirmek ve turistik tur destinasyonu kategorisine girmesini sağlamak.

**4.4. Projenin Kapsamı;** kırsal turizm bağlamında bölgede, kültürel, doğal, çevresel yapıyı bozmadan, sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlamak, istihdamı genişletmek, bölge turizmini canlandırmak, çeşitlendirmek ve geliştirmek kapsamında, Zeytintaş Mağarası ve çevresini, bölgenin kültürel mirasını ve doğal yapısını koruyarak kullanma ve kullanarak koruma yoluyla değerlendirmektir. Proje kapsamındaki bölgeyi önemli bir turizm çekim merkezi haline getirmek için öncelikle, Zeytintaş Bölgesi'nin sosyal, doğal ve kültürel yapısı göz önüne alınarak,

Zeytintaşı Mağarası merkezli yöresel mimariye uygun çadırlar, atölyeler, pazar yerleri, dinlenme yerlerinin alt ve üst yapılarının sürdürülebilir kırsal turizm kapsamında etaplar halinde faaliyete geçirilmesi öngörülmektedir.

Bu bağlamda, ilgili kurum ve kuruluşlar, yerel yönetimler, Sivil Toplum Örgütleri ile birlikte;

- I. İlgili alanların tahsisinin ilçe özel idaresine devreni sağlamak,
- II. Bölgenin alt ve bölgenin mimari dokusuna özgü üst yapısı için fon sağlamak,
- III. Yönetim, atölye, pazar yeri, dinlenme ve eğlenme amaçlı kullanılmak üzere özgün yapıda Zeytintaşı yapılarının inşasının ve restorasyonlarının yapılmasını sağlamak,
- IV. Geleneksel ürünlerin (yemek, şifalı bitkiler, el sanatları vb.) üretimini sağlayarak yöre halkına beceri kazandırmak,
- V. Geleneksel ürünlerin üretimi ve sunumunu sağlamak,
- VI. Sanatsal faaliyetlerin üretimini ve sunumunu sağlamak,
- VII. Zeytintaşı'nın turizm açısından tanıtımını gerçekleştirmek,

gibi uygulamaların gerçekleştirilmesine yönelik olarak gerekli alt ve üstyapının oluşturulması, projenin kapsamını oluşturmaktadır.

#### **4.5. Projeden Sağlanacak Kazanımlar: Sosyo-Ekonomik, Kültürel ve Çevresel Katkı**

Türkiye'de kırsal nüfusun yaklaşık olarak 1/3'ünü oluşturan orman köylerinin büyük bir kısmı kentten uzak, dağlık ve ormanlık alanlarda kurulmuş olup; sağlık, eğitim, iletişim ve ulaşım gibi hizmetlerden yeterince yararlanamamaktadır. Orman köylüsünün geçimi önemli ölçüde orman kaynaklarının kullanımına ve küçük ölçekli geçimlik tarımsal faaliyete dayanmaktadır. Fakat bu yörelerdeki kullanılabilir arazinin kıt ve verimsiz oluşu orman köylülerinin ova köylerindeki çiftçilerle rekabet şansını ortadan kaldırmaktadır. Yeterli ve verimli tarım toprağına sahip olmayan, aynı zamanda alternatif ekonomik etkinlikler sunulamayan orman köylüsünün, sonuçta ormanlara zarar veren yollara başvurdukları herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Diğer sektör çalışanları ile karşılaştırıldığı zaman orman köylüsünün daha düşük bir gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca, yukarıda belirtilen sorunlar beraberinde göç olgusunu getirmektedir. Örneğin, 1991 yılında orman köylerinde yaklaşık olarak 9 milyon kişi yaşarken bu rakam 1999 yılında 7,2 milyona düşmüştür. (Akça,H., vd;2000).

Orman köylülerinin sosyal, kültürel ve ekonomik açılardan yaşam standartlarının düşük olması, onları ormana yönelten başlıca faktördür. Ormanlara yönelme ise, olumsuz anlamda; ormandan kesip satma, yakmak suretiyle tarla açma gibi en düşük faydayı getirip, ormanın sürekliliğini kıracak biçimlerde olmaktadır. Unutulmamalıdır ki; ormana en yakın çevrede yaşayan orman köylüsünün ormana olan ekonomik bağımlılığı giderilmeden ve sosyo-ekonomik yapısı iyileştirilmeden ormanlar üzerindeki olumsuz etkilerini önlemek mümkün değildir.

Son yıllarda Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın başlatmış olduğu "Doğduğum Yerde Doymak İstiyorum" sloganının başarıya ulaşmasında dağ ve orman köylerinin turizme açılmasının önemli katkısı olacaktır. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında kırsal alanda istihdamın artırılması ve gelirin çeşitlendirilmesi için yeni üretim dallarında çalışmaların teşvik edileceği ve tarım dışı ekonomi kollarının destekleneceği belirtilmektedir. Çünkü son yıllarda birçok kalkınma uzmanı, kırsal alanların özellikle de dağlık ve ormanlık bölgelerin yalnızca geçimlik tarım ve ormancılık faaliyetleri ile kalkındırılmasının olanaksız olduğu görüşünde hem fikirdirler. Bunun için kırsal alanlarda göç sorununu çözecek, atıl işgücünü değerlendirecek ve ek gelir sağlayacak kırsal turizm gibi alternatif faaliyetlere gereksinim vardır. Bu tür faaliyetlerin orman içi ve çevresi köylerde uygulamaya konulması, bu yerlerin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel yönden gelişmesine katkı sağlayacağı bir gerçektir. Öncelikle dağlık ve ormanlık alanların sahip olduğu turizm potansiyeli belirlenmelidir. Daha sonra planlı, programlı, doğru mekânlardan ve doğru hedef kitle seçilerek gerek devletin ve yerel yönetimlerin önderliğinde gerekse gönüllü kuruluşlar, özel sektör ve kırsal halkın katılımı sonucu dağ ve orman köylerinde turizm faaliyeti yaygınlaştırılmalıdır (Esengün, vd.; 1999).

Kırsal turizm kapsamında uygulamaya konulacak turizm faaliyetlerinin ve yaşama geçirilecek projelerin gerçek anlamda dağ ve orman köylülerine sosyo –ekonomik açıdan katkı sağlaması için faaliyetlerin merkezinde dağ ve orman köylüleri olmalıdır. Ormansız bir alanda sürdürülebilir bir turizm faaliyetinin olamayacağı konusunda dağ ve orman köylüleri bilinçlendirilmeli ve eğitilmelidir. Ormanları kullanarak koruma ve koruyarak kullanma bağlamında ormanlara sahip çıkma bilinci benimsetilmelidir.

Bu kapsamda 2015 yılında ATSO (Antalya Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yapılan tarama çalışması sonucunda sunulan “Antalya Sürdürülebilir Kırsal Turizmin Geliştirilmesi Strateji Rehberi” raporunda yapılan saha çalışmasında Akbaş Köyü sakinlerinin anket formunda yer alan değerler hakkındaki görüşleri incelendiğinde, 0 ile 10 arasında bir puan üzerinden yapılan değerlendirmede muhtemel alternatif turizm faaliyetlerine yaklaşımın 9,6 puan, köyde kurulacak alternatif turizm iştiraklerine desteğin 8,5 puan, alternatif turizmin hayatı pahalıdıracağına inancın 3,3 puan ve alternatif turizmin köyün çevreyle ilgili değerlerinin korunmasına katkı sağlayacağı inancının 4,8 puan ile değerlendirildiği anlaşılmaktadır (ATSO, 2015:250-251). Burada çevreyle ilgili değerlerinin korunmasına katkı sağlayacağı inancı puanının (4,8) Antalya geneli sonucu 7,3 puandan ve Serik geneli sonucu 6,4 puandan düşük olmasında kontrolsüz ve bilinçsiz rekreatif faaliyetlerin (Mesire alanlarının ve Zeytintaşı mağarasının ziyareti gibi) önemli bir etkisi söz konusudur. Raporda da görüldüğü gibi genelde yerel halkın kırsal alanda alternatif turizm faaliyetlerine bakış açısı olumludur.

Bu projenin sosyo-ekonomik, çevresel ve kültürel yönden yapabileceği olası katkıları aşağıdaki gibi maddeler halinde özetleyebiliriz:

- Bu proje ile her mevsim aktif olarak yapılabilme olanağı bulunan kırsal turizm kapsamında turizmin mevsimsel ve coğrafi dağılımına katkıda bulunacaktır.
- Bu proje kapsamında dağ ve orman köylerinde turizmin gelişmesi ve çeşitlendirilmesi sonucu atıl işgücüne yeni iş olanakları sağlanacaktır.
- Yörede geçim kaynağının iyileşmesi ve çeşitlenmesi sonucu kırdan kente göç önlenecektir.
- Tarımsal, kültürel veya turistik alandaki yeniliklerin benimsenmesi, yöredeki ailelerin girişimcilik ruhunun (yeteneklerinin) gelişmesine katkıda bulunacaktır.
- Otantik Yörük kültür köyü projesi yatırımcı, turist, yerel halk gibi paydaşları arasında sürdürülebilir turizm bilincini oluşturma konusunda da katkı sağlayabilecek niteliktedir.
- Kırsal turizm, kentlerden kırsal alanlara ve orman köylerinden kentlere yeni ve yararlı bilgilerin akışında önemli rol oynayacaktır.
- Kadınların aktif biçimde bir takım görevler üstlenerek para kazanması toplum içerisindeki statüsünü değiştirecektir.
- Kırsal turizm faaliyetinde yer alan turistler çevreye daha duyarlı oldukları için turizme açılan alanlardaki doğal değerler daha sıkı bir şekilde korunacaktır.
- Dağ ve orman köylerinde turizmin gelişmesi beraberinde o yörelere daha fazla ve kaliteli sağlık, eğitim ve ulaşım hizmetlerinin gitmesine yardım edecektir.
- Sürdürülebilir turizm anlayışı ile uyumlu Otantik Kırsal Turizm Projesi, küreselleşme olgusu karşısında yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan yerel değerleri ayakta tutma, doğal ve kültürel değerleri koruma ve dünyaya tanıtmada konusunda üstünlüğe sahiptir.
- Dünya turizminin merkezinde olan bir bölgede bulunmasına rağmen turizmin nimetlerinden yararlanamayan dağın arkasındaki halkın ekonomik ve sosyal açıdan kalkınma çabalarına bu proje ile ivme kazandırılabilir.
- Bu proje ile kıt tarım ve orman alanlarında yaşayan orman ve dağ köylülerine alternatif bir ek geçim kaynağı sağlanmış olacaktır.

- Bu proje ile dağın önünde yaşayanlar ile dağın arkasında yaşayanlar arasında oluşan büyük gelir dağılımı dengesizliği kısmen azaltılmış olacaktır.
- Bu proje kapsamında bölgeye yapılacak turizm yatırımları bölgedeki açık ve gizli işsizlere iş olanağı sağlayacaktır.
- Bu proje kapsamında binlerce yılın yarattığı eşsiz bir değere ve güzelliğe sahip Zeytintaşı Mağarası da mağara turizmi açısından önemli bir turistik destinasyon haline gelecektir.
- Bu proje ile Otantik Kırsal Turizm Projesibünyesinde bulundurduğu çeşitli aktivitelerle aynı zamanda Serik Bölgesi'nde yaşayan yerli halk için de önemli bir destinasyon (gidilecek yer) merkezi haline gelecektir.
- Günümüzde Türkiye'ye gelen ve otelden dışarıya çıkmadan tekrar ülkemizden ayrılan turistlere ülkemizi, değerlerimizi, samimiyetimiz ve misafirperverliğimizi gösterebilmek açısından bir alternatif destinasyon sağlayan bu proje ile turistler ve yerli halk birbirlerini daha yakından tanıyabileceklerdir.

## 5. Sonuç

Bu kuramsal çalışmada turizmin sürdürülebilir olmasında önemli bir rol oynayan alternatif turizm türü olan kırsal turizmin sosyal, kültürel ve çevresel açıdan yeri ve önemi ele alınmıştır. Sürdürülebilirlik kavramının ön plana çıktığı 21. Yüzyılın turizm hareketleri içerisinde sürdürülebilir olmayan kalıplaşmış genel ilgi turizmi faaliyetlerine karşı alternatif ve tamamlayıcı bir misyona sahip olan kırsal turizmi yavaş işleyen süreçler içerisinde olsa da özel bir konuma ulaşmaktadır.

Gelişmekte olan birçok ülke gibi Türkiye'de 1980'li yıllarda sürdürülebilirlik, sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir kalkınma bilinci olmadan ekonomik kalkınma sürecinde turizmi “uyarıcı, itici ve sürükleyici” sihirli bir güç olarak görmüştür. Bu bağlamda, yıllarca özen gösterilerek korunan kırsal alanlar, kıyıları ve kıyılarıdaki ormanlık alanlar, yerel yönetimlerin ve halkın bilgisi olmadan merkezîyetçi (tepeden dayatmacı) bir anlayışla verilen teşvik ve tahsislerle plansız, denetimsiz ve hızlı bir şekilde büyük boyutlarda yapılaşmaya gidilmiştir. Bu süreçte liberal ekonomik politikaların “bırakınız yapsınlar, bırakınız etsinler, her şeyi piyasa belirlersin” yaklaşımlarıyla turizmin, toplumsal, kültürel ve ekolojik yönü ihmal edilmiştir. Hatta golf sahaları açmak için erozyonu ve çoraklaşmayı engellemek amacıyla deniz kenarına dikilen özel kızılçam ağaların kesilmesi ve “yerel halk görmesin diye” kumun altına gömülmesi söz konusu olmuştur. Bu bağlamda doğal çevrenin taşıma, sürdürülebilirlik ve yenilenebilirlik kapasiteleri ve süreçleri dikkate alınmaksızın yapılan yoğun alt ve üst yapı yatırımlarıyla kitle turizminin tüm olumsuzlukları giderek artan toplumsal, kültürel ve çevresel sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Bu süreçte sürdürülebilir kalkınma ve turizm kapsamında kırsal kalkınmanın sağlanması bağlamında kırsal turizm faaliyetlerinin geliştirilmesine önem verilmeye başlanmıştır. Yapılan çalışmalarda kırsal kalkınma ile kırsal turizm arasında doğrusal bir ilişki bulunduğu, kırsal turizmin kırsal kalkınmanın temel araçlarından biri olduğu ortaya konulmaktadır (Ün vd.,2012:350). Ayrıca, Köyden kente göçü yavaşlatacak, ama bu arada kırsalda yaşayan insanların yaşam standartlarını kentlerde yaşayanlara eşitleyecek kırsal kalkınma programlarının uygulamaya geçirilmesi bir zorunluluk olarak görülmektedir. Turizm faaliyetlerinin kırsal alanların gelişiminde önemli bir yere sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Bu sebeptendir ki; kırsal turizmin kırsal kalkınmadaki kullanışının, kırsal alanlarda yaşayanların yaşam standartlarını yükseltecek önemli değişimlere yapacağı yönünde genel bir kanı bulunmaktadır (Kuşat, 2014:70).

Bir günde dört mevsimin yaşanabildiği Antalya Bölgesi'nde deniz turizminin yanı sıra gerçekleştirilebilecek çok sayıda alternatif turizm türleri mevcuttur. Bu alternatif turizm türleri arasında çok çeşitli kırsal turizm türlerine imkân sağlayacak sosyal, çevresel ve kültürel şartlar söz konusudur. Merkezîyetçi bir yönetim anlayışı yerine, makro turizm politikalarına uygun yerel

tabanlı turizm politikaları uygulayarak arz eksenli kırsal turizm potansiyelini artırmak, çeşitlendirmek mümkündür.

Bu kuramsal çalışmada turizmde sürdürülebilirlik bağlamında kırsal turizm konusunda sunulan verilerde eksikliklerin olması söz konusudur. Ancak, bu çalışma ile ülke turizmi açısından özel ilgi turizmi kavramı, önemi ve yeri konusunda ortaya konulan verilerin, gerek akademisyenlerin gerekse karar vericilerin bu konuda kuramsal ve alansal uygulama çalışmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## Kaynakça

- Akça, H., Esengün, K., Sayılı, M. (2000). Kırsal Alanların Kalkınmasında Kırsal Turizmin Rolü, Türk-Koop Ekin Dergisi, 4(12), 82–91.
- Can, M.D. (2008). Sürdürülebilir Turizm Ve Turizm Çeşitliliği Kapsamında Kültür Ve Turizm Koruma Ve Gelişim Bölgeleri: Mersin-Tarsus Örneği, Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim genel Müdürlüğü, Ankara
- Cloke, P., Mooney, P.H. ve Marsden, T. (2006). The Handbook of Rural Studies. London: Sage.
- Çakılcıoğlu, M. (1996). Sürdürülebilir Turizme Yönelik Bir Yöntem Önerisi”, Doğu Karadeniz/ Trabzon İli Özelinde Bir İrdeleme. Doktora Tezi, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- Çakılcıoğlu, M. (2002). Sürdürülebilir Turizm. Ulusal Bölge Planlama Bilimi Kongresi-2002, [http://www.kentli.org/rnakale/meh\\_sur.htm](http://www.kentli.org/rnakale/meh_sur.htm), (Erişim: 10.02.2019.)
- Çetin, Murat (2006) . Teori ve Uygulamada Bölgesel Sürdürülebilir Kalkınma, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 7(1), 1-7.
- Çıracı, H., Turgut, S. ve Kerimoğlu, E. (2008). Sürdürülebilir Turizm Gelişimi için Bir Yönetim Modeli Önerisi: Frig Vadisi Örneği, İTÜ Dergisi, 7(2), 89-102.
- Çubuk, M. (1996). Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım. 19. Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- Dinçer, İ. (1996). Sürdürülebilir Turizmin Hayata Geçirilmesi İçin Aktive Olması Gereken Dinamikler ve İşlevleri-Model Çalışması Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- Edgell, D.L. (2006). Managing Sustainable Tourism a Legacy for the Future, Haworth Press: New York.
- Esengün, K., Akça, H., Sayılı, M. (1999). GAP Bölgesinde Kırsal Alanların Kalkındırılmasında Yeni Bir Yaklaşım: Kırsal Turizm, GAP I. Tarım Kongresi, 26–28 Mayıs 1999, Cilt: 1, Sayfa: 389–396, Şanlıurfa, 1999.
- Hardy, A.L. ve Beeton, R.J.S. (2009). Sustainable Tourism or Maintainable Tourism: Managing Resources For More Than Average Outcomes, Journal of Sustainable Tourism, 9 (3) ,168-192.
- Hunter, C., (2002). Sustainable Tourism and The Touristic Ecological Footprint, Environment and Sustainable Development, 4(1), 7-20.
- Karaman, A. (1996). Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Ekolojik Bir Çerçeve. Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- Kaya, İ. (1997). Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir
- Koç, N. ve Şahin, Ş. 1999. Kırsal Peyzaj Planlaması. Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.
- Kuşat, N. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm Ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(2), 65-87.
- Moseley, M.J. (2003). Rural Development Principles and Practice. First Published, London: SAGE Publications Ltd.

OECD (2005). Measuring Sustainable Development Statistics Brief, September, Statistics Directorate, No:10, Paris, France.

Öztürk, T. ve Mengüloğlu, M. (2008). Sürdürülebilir Kalkınmada Fiziksel Kırsal Alan Planlaması. OMU Ziraat Fakültesi Dergisi, 23(3), 209-215.

Özyol, A. (2013). Sürdürülebilir Yeşil Kalkınma ve Kadın, Fe Dergi, 5(2), 134-138.

Rebollo, F.V. ve Baidal, J.A.I. (2003). Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torrevieja, Spain, Journal of Sustainable Tourism, 11(2), 181-203.

Sharpley, R. And Sharpley, J. (1997). Rural Tourism, An Introduction, International Thomson Business Press, London.

TÜSİAD (2012). "Sürdürülebilir Turizm" Raporu, Yayın No: TÜSİAD-T/2012-09/531, İstanbul.

Timur, S. ve Getz, D. (2002). Applying Stakeholder Theory To The Implementation Of Sustainable Urban Tourism, Karl Wobered, City Tourism 2002, Springer Economics, 194-210.

Ün, E., Tutar, F., Tutar, E. Ve Erkan, Ç. (2012). Ekonomik Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü: Türkiye Örneği, International Conference On Eurasian Economies, 345-350.

WCED-World Commission on Environment and Development- (1987), Brundtland Report "Our Common Future", Oxford University Press, Oxford, UK.

## **Silifke İlçesinin Agro Turizm Potansiyelinin Swot Analizi Kapsamında Değerlendirilmesi**

**Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ - Tuğba ÇÖMELEKLİ \***

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İskenderun

\*İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği Bölümü, İskenderun

\*tugbacomelekli.sbe19@iste.edu.tr

### **Özet**

Tarım ve turizm ortak özellikleri bakımından birbirlerini tamamlar niteliktedir. İki sektörün birbiriyle ilişkisi, insanların doğal yaşama duydukları özlem ve kaynakların tüketilmesi, tarım ve turizmi bütünleştirerek agro turizmini ortaya çıkarmıştır. İklim, tarım ürünleri, turistik destinasyonlar açısından Silifke ilçesinin konumu avantajlıdır. Buradan hareketle tarımsal alanda yapılan faaliyetleri içeren Agro turizmi kapsamında Silifke ilçesi değerlendirilecektir. Bu doğrultuda araştırma da Silifke ilçesi ile ilgili dokümanlar 01.06.2020-10.06.2020 tarihleri arasında (dergiler, broşürler, kitaplar, raporlar, bilimsel makaleler, internet siteleri, haberler) incelenmiş olup elde edilen veriler ışığında SWOT analizi yapılmıştır. Yapılan SWOT analizi neticesinde ilçenin turistik destinasyonlar, iklim, coğrafi konum gibi bir çok avantajı varken tanıtım, alt yapı, yatırım gibi dezavantajlı bir durumda olduğu saptanmıştır. İlçede ilk çilek hasadının gerçekleşmesi, çileğin tescil alması ilçe ekonomisi, pazarlaması için avantaj oluşturmaktadır. Ayrıca ilçede çeşitli limon türlerinin yetişmesi, limon ticaretinin yapılması da aynı şekilde avantaj oluşturmaktadır. Gerek zeytin gerek limon için fabrikaların olması ilçede bu ürünlerin önemli olduğunu ve ilçe ekonomisine katkısı olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Agro turizm, Silifke, SWOT

### **Evaluation of Agro Tourism Potential of Silifke District Within The Scope of Swot Analysis**

#### **Abstract**

Agriculture and tourism complement each other in terms of common features. The relationship of the two sectors with each other, people's longing for natural life and the consumption of resources have brought agro tourism by integrating agriculture and tourism. The location of Silifke district is advantageous in terms of climate, agricultural products and touristic destinations. Based on this, Silifke district will be evaluated within the scope of Agro tourism, which includes activities in the agricultural field. In this direction, the documents related to the district of Silifke were examined between 01.06.2020-10.06.2020 (journals, brochures, books, reports, scientific articles, websites, news) and a SWOT analysis was performed in the light of the data obtained. As a result of the SWOT analysis, it was determined that the district has many advantages such as touristic destinations, climate, geographical location, but it is in a disadvantageous situation such as promotion, infrastructure and investment. The first strawberry harvest in the district and the registration of the strawberry create an advantage for the district economy and marketing. In addition, the cultivation of various lemon varieties and the lemon trade in the district are also an advantage. The fact that there are factories for both olives and lemons reveals that these products are important in the district and contribute to the economy of the district.

Key Words: Agro tourism, Silifke, SWOT

## 1. Giriş

Tarım ve turizm ortak özellikleri bakımından birbirlerini tamamlar niteliktedir. İki sektörün birbiriyle ilişkisi, insanların doğal yaşama duydukları özlem ve kaynakların tüketilmesi, tarım ve turizmi bütünleştirerek agro turizmini ortaya çıkarmıştır [1]. Agro turizm tarımsal konularla ilgili her türlü bilgi ve pratik uygulamalarla beraber turistlere gezme, öğrenme ve keşfetmenin zevkine varacakları çeşitli faaliyetler sunar [2]. Bu turizm ekonomileri tarıma dayalı gelişmekte olan ülkelerin geçimini iyi hale getiren bir araç olarak görülmektedir [3]. Agro turizmde önemli olan tarımsal alanlardaki konaklama ve yeme içme olanaklarının aynı anda hem tarım hem de turizm amaçlı kullanılmasıdır [2].Giderek daha büyük hacimlere ulaşan turizm sektörü içerisinde insanların turistik ürün algılamaları ve istekleri, çağın değişen koşullarına uygun sürekli olarak değişim göstermektedir[4]. Buna bağlı olarak insanların gün geçtikçe seyahat motivasyonlarının değiştiği ve farklı deneyim yaşamak istedikleri söylenebilir. Dolayısıyla bu durum, agro turizme ilgiyi arttıran neden/nedenler olarak da tanımlanabilir. Bahsi geçen nedenler agro turizme giderek ilgiyi artırmakla birlikte, spesifik tarım ürünlerinin yetiştiği tarım bölgelerini de bu anlamda ilginin yoğunlaşacağı turizm alanları haline getirebilir. Bu bakış açısından hareketle bu tür bölgelerin agro turizme kazandırılması, hatta ayrı ayrı incelenmesinde yarar görülmektedir. Bu çalışmada da bahsi geçen ön görü paralelinde bir tarım ilçesi olan ve yöreye ait özel ürünlerin yetişmesine (örneğin; zeytin, limon, çilek gibi) de ev sahipliği yapan Mersin ili Silifke ilçesinin, agro turizm kapsamında değerlendirilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. İlgili düşünce aynı zamanda çalışma amacının da belirleyicisi olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Silifke ilçesinin agro turizm potansiyelini SWOT analizi aracılığı ile değerlendirmektir. Bölge kalkınması için strateji ve planlarının belirlenmesinde, bir bölgenin turizme bağlı ve turizmden bağımsız olduğu arz potansiyelinin güçlü-zayıf veya fırsat-tehdit yönlerinin dikkate alınarak eyleme geçilmesi, bölge için doğru karar alınmasında bir yol haritası olabilir[5]. SWOT analizi aracılığı ile Silifke bölgesinin agro turizm potansiyelini belirlemeye yönelik değerlendirme yapılmasının bölgesel açıdan yol gösterici olması ve alan yazına katkı sağlaması bakımından önemli olacağı düşünülmektedir.

## 2. Materyal ve Yöntem

Araştırmada yöntem tasarımı olarak nitel araştırma tekniği tercih edilmiştir. Nitel araştırma, gözlem, doküman analizi, görüşme gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül olarak ortaya konması için nitel bir sürecin izlendiği araştırmaya denir[25]. Araştırma da veri elde etmek için doküman incelemesi yapılmış olup, ikincil verilerden yararlanılmıştır. Doküman taraması, araştırılması hedeflenen olgu ya da olgular ile ilgili bilgi içeren yazılı metaryallerin analizini kapsamaktadır[25].. Bu doğrultu araştırmada Silifke ilçesi ile ilgili dokümanlar 01.06.2020-10.06.2020 tarihleri arasında (dergiler, broşürler, kitaplar, raporlar, bilimsel makaleler, internet siteleri, haberler ) incelenmiş olup, elde edilen verilere SWOT analizi yapılmıştır. SWOT analizi,1960'lı yıllarda Harvard Üniversitesi profesörleri Edmund P. Learned, C. Roland Christensen, Kenneth Andrews ve William D. Guth tarafından geliştirilmiştir[26]. SWOT terimi, İngilizcedeki Strengths (Güçlü yönler), Weakness (Zayıf yönler), Opportunities (Fırsatlar) ve Threats (Tehditler)'in ilk harflerinden oluşan bir kısaltmadır [27].SWOT analizi, incelenen durumun güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesini sağlayarak mevcut durumu net bir şekilde açıklamakta ve dış çevreninde etkili olduğu fırsat ve tehditleri ele alan bir analiz tekniğidir [28].

SWOT analizi bir sektörün, faaliyetin, firmanın güçlü-zayıf yönlerini belirlemekte ve dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri saptamakta kullanılan bir yöntemdir[27]. Çalışmada SWOT analizi gerçekleştirmeye yönelik dört araştırma sorusu geliştirilmiştir. Araştırma soruları aşağıdaki gibidir.

- 1- Silifke ilçesinin agro turizmi açısından güçlü yönleri nelerdir?
- 2- Silifke ilçesinin agro turizmi açısından zayıf yönleri nelerdir?
- 3- Silifke ilçesinin agro turizmi açısından fırsatları nelerdir?

#### 4- Silifke ilçesinin agro turizmi açısından tehditleri nelerdir?

### 3. Kavramsal Çerçeve

#### Agro Turizmi

Kırsal turizm, temel motivasyonu tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe güzel vakit geçirmek olan, aynı zamanda küçük ölçekli işletmeler vasıtasıyla konaklama, yeme-içme ve eğlenme gibi turistik faaliyetlerin gerçekleştirildiği turizm türüdür [6]. Kırsal turizm özellikle stresli kent yaşamındaki bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla kırsal kesimlere gününbirlik ya da akraba ziyareti amacıyla gidilmesi ve kırsal kesimin çekiciliği ile buralara olan yoğun ilgiden doğan bir turizm çeşididir [7]. Agro turizm ise kırsal turizmin ayağını oluşturur ve tarımsal üretimin çok olduğu yerlerde kırsal kesimde yapılan faaliyetleri kapsayarak üreticilere ek gelir sağlamaktadır [8]. Literatür incelendiğinde agroturizm; çiftlik turizmi, kırsal turizmi ve kırsal turizm sıklıkla birbirinin yerine kullanılabilir [9]. Yıldırım (2018) yaptığı çalışmada agro turizmini '*kırsal turizm, tarım turizmi, agri turizm, agro turizm, çiftlik turizmi, çiftliğe dayalı turizm gibi kavramlar arasında kavram karmaşası olduğu gözlemlenmektedir*' şeklinde ifade edip kırsal turizmin bir alt kolu olduğunu belirtmiştir. Agro turizm, çiftliklerde çiftlik sahipleriyle birlikte kalarak tarımsal üretim yerlerinde (bağ, bahçe, tarla, kümes, ağıl vb.) günlük işlerine katılım göstererek, ziyaret ederek, eğitim alarak ve alışveriş yaparak gerçekleştirilen turizm şekli olarak tanımlanmaktadır [10]. Tarım turizmi olarak da isimlendirilen agro turizm tarım arazilerinin çoğunlukta olduğu yerlerde organik tarım yapılarak tarım ve turizmi birlikte geliştiren bir turizm türüdür [11]. Bu doğrultuda agro turizm, tarımsal faaliyetlerin yapıldığı çiftliklerde turistlerin doğrudan ve dolaylı şekilde deneyim kazanması ile tarım ve turizmin iç içe olmuş hali [9]. olarak da tanımlanabilir.

Ülkemizde önemli olan tarım ve turizm sektörü ekonomik kalkınmada önemli paya sahip olmakla birlikte, bu kavramlar sürdürülebilirliği amaçlamaktadır [12]. Tarımsal alanların geliştirilmesi ve sürdürülebilir hale getirilmesi ile turist ziyaretleri artmakta ve buna bağlı olarak yöre halkının ve çevresinin yaşam kalitesi artmaktadır [13]. Agro turizm, yapıldığı bölgeye kazanç sağlamanın yanı sıra bölge halkının üretime aktif katılması sebebiyle dışa olan göçün de azalmasını sağlamaktadır. [14]. Ekonomik kalkınmaya katkıda bulunan agro turizm, ziyaretçiler ve yerel halk arasında bir etkileşim oluşturmaktadır [15]. Agro turizmin yerel halka katkıları sosyo –ekonomik durumun iyileşmesi, gelenek ve kültürün sürdürülmesi buna bağlı olarak da doğal değerlerin korunmasını sağlamaktadır [10]. Tarım ve turizmin birleşiminden oluşan tarım turizmi, çiftliklerde üretilen ürünlerle ve tarım faaliyetleri ile birlikte alternatif bir nakit akışı ile gelir sağlamaktadır [16]. Gelişimi geniş bir yelpazeden oluşan tarım turizmi yerel halkın geçim kaynağıdır. Dolayısıyla başarılı bir tarım turizmi için yerel paydaşların iş birliği şarttır [16].

Agro turizmi çeşitli yollarla bölgesel kalkınma sürecine olumlu katkı sağlamaktadır. Bu yollar [11];

- Gelir ve istihdam sağlayarak,
- Kırsal ve kentsel alanlar arasındaki değişimi canlandırarak,
- Küçük ölçekli doğrudan yatırımların çarpan etkisinden faydalanarak,
- Fiziki alt yapı alanında uyarıcı gelişmeler yaratarak,
- Küçük ölçekli doğrudan yatırımların çarpan etkisinden faydalanarak,
- Ekonomik faaliyetlerin çeşitliliğinin artırılmasını değerlendirerek,
- Alt yapının geliştirilmesi aynı zamanda diğer ekonomik gelişmeler için bir fırsat sunabilmeyi içermektedir.

Agro turizm, tarım işletmelerinin büyümesini, farklı tarım ürünlerinin gelişmesini sağlamakla birlikte çiftçileri organik üretime teşvik eder. Bölgenin alt yapı ve yerel faaliyetlerinin gelişmesine ve canlanmasına katkıda bulunur. Ayrıca geliştiği bölgede çevrenin daha iyi korunmasını teşvik ederek flora ve faunanın korunmasına yardımcı olur. Yerel halkın turizm gelirinden pay almasını sağlayarak sürdürülebilir turizmi geliştirir. Tarım işletmelerinin kullanım faaliyetlerini artırarak, sürdürülebilir tarım imkânı sağlar. Bununla birlikte agro turizm sayesinde

kadın iş gücünün ekonomik hayata katılmasına ve kadının ürettiği ürünleri satmasına olanak sağlar [17].

Agro-turizm yerel halka istihdam sağlama açısından da önemli bir yer tutmaktadır. Kırsal alanda yaşayan yerel halka özellikle de kadın işgücüne ekonomik katkı sağlamaktadır. Kadınlar ürettikleri ürünleri satabilme imkânı elde ederken, aynı zamanda çiftliklerde de görev alabilmektedir. Kitle turizmi ile özdeşleşen Muğla ilinin alternatif turizm türlerinden biri olan agro turizm açısından potansiyelini ortaya koyan çalışma bulguları agro turizm ve kırsal kalkınma ilişkisini de ortaya koymaktadır. Bu bulgulara göre agro turizmin var olduğu kırsal alanlarda yerel halka istihdam sağlayarak hem ekonomik hem de sosyo-kültürel anlamda gelişimlerine katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır [12]. Özellikle agro turizm kadın işgücüne sağladığı istihdam olanakları ile kadının ekonomide söz sahibi olmasına olanak tanımaktadır [18][1].

#### 4. Silifke İlçesinin Tarımsal Ürün Potansiyeli

Silifke ilçesi Akdeniz bölgesinde, Toros dağlarında Göksu ırmağının iki tarafında kurulmuştur [19]. İlçe sahip olduğu iklim farklılığı sebebiyle çok çeşitli ürünlerin yetiştirilmesine imkân sağlamaktadır [20]. İlçede kış ve bahar aylarının ortalama sıcaklığının donma sıcaklığının üstünden olmasından dolayı bölgede 12 ay süresince tarım faaliyetleri gerçekleştirilebilmektedir. İlçenin iklimi sayesinde erken ürün hasadı da yapılmaktadır. Aynı zamanda ürün çeşitliliği oldukça yüksektir [18].

İlçe arazisinin toplam alanı 560.978 dekar olup bu alanın 537.504 (%18) dekarlık kısmı tarım alanı, 23.474 (% 0,1) dekarlık kısmı ise mera alanını oluşturmaktadır. Tarım alanının 182.271 (%34) dekarlık kısmı sulu, 355.234 (%66) kısmı ise kuru tarım arazisinden oluşmaktadır. Tablo 1’de gösterilen 2019 yılı verilerine göre ilçe arazilerinin % 48’lik alanında tarla bitkileri, % 25’lik alanında meyve ve % 9’luk alanında ise sebze yetiştirilmektedir.

Tablo 1. Tarım Arazilerinin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı

Ürün Gurupları	Alanı (Dekar)	Üretim Miktarı (Ton)	Oranı (%)
Tarla Bitkileri	257.349	130.178	48
Sebze	50.531	316.929	9
Meyve	133.217	478.110	25
Nadas	99.407	-	18
Toplam	537.504	925.217	100

Kaynak: [24].

Tablo 2’de ise Silifke ilçesinde en çok yetiştirilen meyveler yer almaktadır. Tablo dikkate alındığında 40.400 dekarlık alanla zeytin birinci sırada yer alırken, 33.000 ile limon ve 18.570 ile çilek ilçede en çok yetiştirilen meyveler arasında yer almaktadır. Bu ürünlerle birlikte üzüm, erik, badem, muz, antep fıstığı, nar, ceviz, elma, kayısı, kiraz, kivi, mandalina, portakal, armut ve ayva ilçede çoğunlukla yetiştirilen meyveler arasında yer almaktadır.

Zeytin, limon ve çilek ürünleri, Tablo 2’de ilk üçte yer alan ürünler olmakla birlikte, Silifke yöresi için o bölge ile özdeşleşmiş spesifik ürünler olarak nitelenebilir. Hatta bu durumu destekleyen çalışmaların varlığından da söz etmek mümkündür. Turhan vd. (2017) çalışmalarında Silifke’de en çok yetiştirilen üç ürünün zeytin, limon ve çilek olduğu üzerinde durulmuştur. Eryılmaz, Demir ve Pektaş (2019: 223 ) çalışmalarında Silifke ilçesinin ileri gelenlerine “Silifke deyince aklınıza ilk gelen şey nedir?” sorusuna katılımcıların çoğunlukla ‘çilek’, ‘limon’ cevapları vermesi ürünlerin bu yöreye özgünlüğünü yansıtmaktadır. İlgili gerekçelerden hareketle tabloda geçen ürünlerden zeytin, limon ve çilek ile ilgili detaylara yer vermenin uygun olduğu

Tablo 2. Silifke İlçesinde Yetiştirilen Önemli Meyveler

Ürün	Alan (Dekar)	Üretim (TON)	Üretim Değeri (TL.)
Zeytin	40.400	52.867	185.034.500
Limon	33.000	132.000	283.800.000
Çilek	18.570	66710	334.840.000
Üzüm	8.172	6333	12.728.212
Erik	5.800	7.618,50	60.948.000
Badem	4.200	2.308	23.080.000
Muz	4.000	32	144.000.000
Antep fıstığı	3.900	805,72	24.171.50
Nar	3.320	5.100	7.650.000
Ceviz	2.700	3.106,80	46.602.000
Elma	2.605	11.074,5	9.065.373,336
Kayısı	1.500	1.898,77	4.746.937
Kiraz	835	602	1.956.500
Kivi	675	2.700	9.450.000
Mandalina	550	1.925	2.406.250
Portakal	410	1.537	1.921.250
Armut	230	496.4	12.410.000
Ayva	53	105.8	264,5

düşünülmüştür. Zeytin dünyanın en eski meyve ağacı olarak bilinmektedir. Türkiye’de yaklaşık olarak 90 milyon zeytin ağacı yer almaktadır. Türkiye tane zeytin üretiminde dünyada 4.sırada yer alırken siyah zeytin üretiminde 1.sırada yer almaktadır. Türkiye’de üretilen zeytinlerin % 75’i yağlık % 25’i ise sofralık olarak yetiştirilmektedir [20]. Köken olarak limonun anavatanı Himalaya Dağlarının güney etekleridir. Ancak limon genel olarak Akdeniz havzasında ve Ortadoğu’da oluşmuş bir türüdür. Limon genellikle kuzey ve güney yarıkürenin subtropik iklim bölgelerinde yetiştirilen bir türdür. Limonlar 3-7 m civarında, orta büyüklükte ağaçlar oluştururlar. Meyveleri 7-10 dilimlidir. Limonlarda meyve şekli genel olarak yuvarlak ve silindirik olmasının yanı sıra stil yanında “meme” adı verilen bir çıkıntı vardır [22]. Limonların interdanato, meyer ve kütdiken gibi çeşitleri vardır. Çilek (Fragaria), gülgiller (Rosaceae) familyası içerisinde yer alan bir bitki türü ve bu tür içinde yer alan türlerin meyvelerinin ortak adıdır. Çilek hem sanayiye elverişli hem de taze olarak tüketilen çok lezzetli ve hoş kokulu bir meyvedir. A, B, C vitamini, kalsiyum, demir ve fosfor gibi mineral maddeler içermektedir [20]. Çilek, Silifke ilçesinde çoğunlukla yetiştirilen bir üründür [18]. Ayrıca 2019 yılında coğrafi işaret ile tescillenmesinin çileğin Silifke ilçesi için önemli bir meyve olduğunun göstergesidir [23]. Çilek menşe işareti almıştır.

Tablo 3’te Silifke ilçesinde en çok yetiştirilen sebzeler yer almaktadır. İlk sırada 28.000 dekarlık alanda domates, 6.500 dekarlık alanda bakla, 5.026 dekarlık alanda Fasulye en çok yetiştirilen sebzeler arasında yer almaktadır. Karnabahar, biber, brokoli, kabak, lahana, salatalık, barbunya fasulye ve patlıcanda en çok üretilen sebzeler arasında yer almaktadır.

Tablo 3: Silifke İlçesinde Yetiştirilen Önemli Sebzeler

Ürünler	Alan (dekar)	Üretim (ton)	

			<b>Üretim Değeri(TL)</b>
Domates	28.000	258.000	353.850.000
Bakla	6.500	5.200	20.800.000
Fasulye	5026	7.524,7	18.750.098,8
Karnabahar	2.150	6.450	9.675.000
Biber	1.470	7.960	9.320.960
Brokoli	1.350	2.700	9.450.000
Kabak	760	5.320	10.640.000
Lahana	600	1.500	780
Hıyar (Salatalık)	580	5780	9.535.000
Barbunya fasulye	520	520	1.275.000
Patlıcan	370	2.220	2.415.300

Kaynak: [24].

Tablo 4'te Silifke ilçesindeki hayvan sayılarının hayvan gruplarına göre dağılımı yer almaktadır. İlçede 277247 ile en çok küçükbaş hayvan beslenmektedir. Arıcılık ve büyükbaş hayvancılık ilçede en çok önem verilen diğer hayvan grupları arasında yer almaktadır [24].

**Tablo 4:** İlçedeki Hayvan Sayılarının Hayvan Gruplarına Göre Dağılımı

<b>Hayvan cinsi</b>	<b>Hayvan sayısı</b>
Küçükbaş	277247
Arıcılık	15922
Büyükbaş	15355
Kedi-köpek	2994
Tek tırnaklı	455
Kanatlı	152500(ticari)+41233(aile tipi)

Kaynak: [24].

## 5. Silifke İlçesinin Agro Turizm Açısından SWOT Analizi

Silifke ilçesinin agro turizm yönünden SWOT analizinin yapılması için ikincil verilerden yararlanılmıştır. İkincil veri daha önce başka bir amaç için toplanmış hazır bilgilerden oluşmaktadır. Araştırmayı yapan kişi veya kurumlardan bağımsız olarak başka kişi ya da kuruluşlarca, kendi amaçları için önceden elde edilen verilerdir [29]. Bu amaç ile Silifke ilçesi ile ilgili internet siteleri, raporlar, istatistik veriler, dergiler, broşürler, kitaplar, bilimsel makaleler, haberler incelenmiş olup elde edilen bilgiler ışığında SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. SWOT analizi bölgenin alternatif turizm olanaklarının her zaman değerlendirmeye tabi tutulması, mevcut hataların tespit edilmesine ve düzeltilmesine imkan veren bir araçtır [27]. Bu kapsamda aşağıda Silifke ilçesinin agro turizmi açısından güçlü-zayıf yönleri ve sahip olduğu fırsatlar ve tehditler yer almaktadır.

### Güçlü Yönler

- İlçenin sahip olduğu iklim özelliklerinin dört mevsim boyunca turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesine imkân olması
- İlçenin sahip olduğu iklim özellikleri sayesinde çeşitli tarım ürünlerinin yetiştirilme imkânının olması

- İlçede zengin alüvyonlara sahip verimli toprağının olması,
- İlçede tarımsal ürünlerin saklanması ve pazarlanması için paketleme ve soğuk hava tesislerinin olması
- Neredeyse tüm tarımsal ürünlerin yetişmesine olanak sağlayan yeryüzü koşullarına sahip olması
- İlçenin alternatif turizm (doğa sporları, su altı ve su üstü yürüyüşleri, kuş gözlemciliği, Festival turizmi, mağara turizmi, gastronomi turizmi vs.) çeşitlerinin yapılması için gerekli niteliklere sahip olması
- İlçenin doğal ve kültürel açıdan zengin kaynaklarının olması (Cennet-Cehennem Obruğu, Uzuncaburç Antik Kenti, Adamkayalar, Ayatekla kilisesi, Astım Mağarası, Silifke Kalesi, Tekir Ambarı, Jüpiter Tapınağı gibi)
- İlçenin geleneksel değerlerini aktaran ve yaşatan festival ve şenliklerinin olması (Çağla Festivali ve Kültürel Şenlikleri, Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali, Edebiyat Festivali)
- İlçenin ulaşım açısından stratejik bir konumda olması
- İlçenin sulu tarım için yeterli olanaklara sahip olması
- İlçede çeşitli tarım ürünlerinin yetiştirilmesi
- İlçede küçükbaş, arıcılık, büyükbaş hayvancılık ve az miktarda balıkçılığın gelişmiş olması
- İlçede organik ürün yetiştiriciliğinin olması
- Tarımsal ürün kapasitesinin yüksek olması
- Tarımsal ürünlerin verimliliğinin yüksek olması
- Göksu deltasında yer alan endemik bitki türlerinin olması
- Bölgede yemek kültürü bakımından çeşitli kültüre sahip olması
- Geçmişten günümüze aktarılan tarımsal kültüre sahip olması
- Çileğin menşe işareti ile tescillenmesi

#### Zayıf Yönler

- İlçe halkının agro turizm konusunda bilinçsiz olması
- Çiftçilerin ve bölgenin ileri gelenlerinin agro turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip olmaması
- İlçenin tanıtım ve reklamının yetersiz olması
- Turistik destinasyonların bakımsız olması
- Yeterli yatırım ve teşvikin olmaması
- Konaklama tesislerinin yetersiz olması
- İlçenin turistik destinasyonlarına ulaşım imkânlarının kısıtlı olması
- Tarım alanlarının küçük ve parçalı olması
- Çayır ve mera alanlarının yetersizliği
- Tarımdan elde edilen gelirin düşük olması
- Tarımsal ürünün turistik ürün olarak pazarlanamaması
- Alt yapı eksikliği

#### Fırsatlar

- Çukurova bölgesel havaalanının yapılması
- Mersin-Silifke otoban projesinin tamamlanması
- İlçenin turizm sektöründe gelişmiş bir konumda olan Antalya iline yakın olması
- Agro turizm çiftliklerinin kurulabilme potansiyelinin olması
- İlçenin çeşitli meyvelerde ilk ve en erken ürünün elde edilmesi
- İlçede ürünlerde genellikle üç kez hasadın gerçekleşmesi
- Tropik tarım ürünlerinin (Kivi, Konoa, avakado, guava gibi) ilçede yetiştirilmeye başlanması
- Bazı ürünlerin ihracatının yapılması
- Modern tarımsal üretime geçiş olanaklarının olması

- İlçede üniversite kurumunun olması
- İlçe ikliminin çilek, zeytin, limon yetişmesine uygun olması
- İlk çilek hasadının ilçede alınması
- Çeşitli limon türlerinin ilçede yetişmesi
- İlçede limon ve zeytin fabrikalarının olması

#### Tehditler

- Turistik değerler ve doğa güzelliklerin bakımsız olması
- Kentleşme ve betonlaşmanın hızlı olması
- İlçenin mevcut havaalanına uzak olması
- İlçenin yatırım gücünün olmaması
- Değişen hava şartları ve bölgedeki olası don zararı görebilmesi
- Göksu nehrinin çok yağışlı havada taşkınlıkların meydana gelmesi ve fazla suyun tarım arazilerini verimsizleştirilmesi
- İlçedeki Akkuyu Nükleer Santralının varlığı ve olası olumsuz etkileri

Silifke ilçesinin SWOT analizi dikkate alındığında bölgenin güçlü yönlerinin zayıf yönlerinden fazla olduğu görülmektedir. Aynı şekilde fırsatların tehditlerden fazla olduğu tespit edilmiştir. İlçenin yeryüzü koşulları çeşitli tarım ürünlerinin yetişmesine olanak sağlarken yetişen ürünlerin saklanması için soğuk hava tesislerinin olması bir diğer güçlüler olduğu ifade edilebilir. Silifke ilçesinin bulunduğu konumdan dolayı ulaşım kolaylığı, alternatif turizm çeşitliliği ve geleneksel değerlerin yaşatıldığı festivallerin olması agro turizme katılanların eğlence ihtiyaçlarını karşılayan bir destinasyon konumunda olduğu söylenebilir. Silifke ilçesinin ileri gelenleri ve çiftçilerin agro turizmi konusunda yeterli bilgisinin olmaması agro turizm potansiyelini düşürdüğünü söylenebilir. Buna bağlı olarak genç nesillerin agro turizm girişiminde bulunmamasına sebep olacağı düşünülebilir. İlçenin turistik destinasyonlarının olması fakat olayın oluş kısıtlı olması ve reklam tanıtımı yetersiz olduğunu söylemek mümkündür. İlçe tarımdan elde ettiği gelirin düşük olması tarımsal ürünün turistik ürün olarak pazarlanmadığı söylenebilir. Silifke ilçesinin Antalya iline yakın olması, Mersin- Silifke otoban projesinin tamamlanması ve Çukurova bölgesel havaalanı yapılması sahip olduğu fırsatlar olarak değerlendirilebilmektedir. İlçede bulunan Akkuyu Nükleer Santralının çevreye yaydığı radyasyon agro turizm içinde bir tehdit olduğu söylenebilir. Ayrıca Göksu Nehri'nin olası bir taşkınlıkta tarım arazisinin zarar vermesi bir diğer tehdit olarak görülebilir.

İlçenin yeryüzü koşulları çeşitli tarım ürünlerinin yetişmesine olanak sağlarken yetişen ürünlerin saklanması için soğuk hava tesislerinin olması bir diğer güçlüler olduğu ifade edilebilir. Silifke ilçesinin bulunduğu konumdan dolayı ulaşım kolaylığı, alternatif turizm çeşitliliği ve geleneksel değerlerin yaşatıldığı festivallerin olması agro turizme katılanların eğlence ihtiyaçlarını karşılayan bir destinasyon konumunda olduğu söylenebilir. Silifke ilçesinin ileri gelenleri ve çiftçilerin agro turizmi konusunda yeterli bilgisinin olmaması agro turizm potansiyelini düşürdüğünü söylenebilir. Buna bağlı olarak genç nesillerin agro turizm girişiminde bulunmamasına sebep olacağı düşünülebilir. İlçenin turistik destinasyonlarının olması fakat olayın oluş kısıtlı olması ve reklam tanıtımı yetersiz olduğunu söylemek mümkündür. İlçe tarımdan elde ettiği gelirin düşük olması tarımsal ürünün turistik ürün olarak pazarlanmadığı söylenebilir. Silifke ilçesinin Antalya iline yakın olması, Mersin- Silifke otoban projesinin tamamlanması ve Çukurova bölgesel havaalanı yapılması sahip olduğu fırsatlar olarak değerlendirilebilmektedir. İlçede bulunan Akkuyu Nükleer Santralının çevreye yaydığı radyasyon agro turizm içinde bir tehdit olduğu söylenebilir. Ayrıca Göksu Nehri'nin olası bir taşkınlıkta tarım arazisinin zarar vermesi bir diğer tehdit olarak görülebilir. İlçede ilk çilek hasadının gerçekleşmesi, çileğin tescil alması ilçe ekonomisi, pazarlaması için avantaj oluşturmaktadır. İlçede çeşitli limon türlerinin yetişmesi, limon ticaretinin yapılması da aynı şekilde avantaj oluşturmaktadır. Gerek zeytin gerek limon için fabrikaların olması ilçede bu ürünlerin önemli olduğunu ve ilçe ekonomisine katkısı olduğunu ortaya koymaktadır.

## 6. Sonuç

Tarım ve turizm faaliyetlerinin birlikte gerçekleştiği agro turizminin Silifke ilçesinin kalkınmasında önemli bir araç olacağı düşünülmektedir. Çünkü Silifke tarım potansiyeli yüksek bir bölgedir. Aynı zamanda turizm türleri açısından farklı beklentilere hitap edebilmektedir. İlçenin bu özellikleri agro turizmi faaliyetlerinin gelişimine zemin hazırlamaktadır [24]. İlgili öngörülerden hareketle hem tarım hem de turizm sektörünün, Silifke ilçesi için önemli bir konumda olması bölgenin agro turizm potansiyelini incelemeyi gerekli kılmıştır. SWOT analizinde görüldüğü üzere ilçenin öncelikli olarak gerek çilek, limon ve zeytin yetiştiriciliğinde gerekse agro turizm açısından birçok güçlü özelliğe sahip olduğu söylenebilir. Çilek, limon ve zeytinin ilçede turizm ürünü olarak geliştirilmesinin ilçenin agro turizm açısından gelişim göstermesi ve pazarlanması bakımında spesifik ürünler bazında ön plana çıkması söz konusu olabilir. Ancak ilçede bahsi geçen ürünlerin tanıtımının yapılmaması, kentleşme ve betonlaşmanın olması, alt yapı eksikliği, turizm ve tarım alanındaki eksiklikler, ilçedeki yatırım gücü eksikliğinin giderilmemesi ilçe için dezavantaj oluşturmaktadır.

Çalışmada elde edilen veriler ışığında ilçenin alternatif turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi açısından çeşitli destinasyonlara (Cennet-Cehennem Obruğu, Uzuncaburç Antik Kenti, Adamkayalar, Ayatekla kilisesi, Astım Mağarası, Silifke Kalesi, Tekir Ambarı, Jüpiter Tapınağı gibi) sahip olduğu belirlenmiştir. İlçenin sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel değerler, iklim ve bitki örtüsü, kültürel faaliyetler göz önüne alındığında farklı turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebileceği saptanmıştır. Ulaşım probleminin gerçekleşmesi beklenen projelerin en kısa sürede tamamlanmasının bölgenin turizm gelişimini olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Bununla birlikte Silifke ilçesinde hayvancılığında gelişmiş olduğu belirlenmiştir. İlçede gerek büyükbaş gerek küçükbaş hayvancılık gelişmiş seviyededir. Hayvansal gıdalar için mevcut işletmelerin olduğu ve pazarlamanın yapıldığı belirlenmiştir. Buradan hareketle ilçede agro turizm için potansiyelin yeterli olduğu ancak geliştirilmesi gerektiği belirlenmiştir. İlçede agro turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinin ilçenin kalkınmasını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

Çalışma sonucunda ilçede agro turizminin gelişimi için bir takım öneriler belirlenmiştir. Öncelikle agro turizmini geliştirmek için ilçeye yönelik plan ve projeler hazırlanarak agro turizmine uygun yerler belirlenmelidir. Yatırımcıların teşvik edilmesi, halkın bilinçlendirilmesi, turistik destinasyonların korunarak onarılması, girişimciliğin agro turizmi, eko turizm, kırsal turizm yönünde artırılması gerektiği saptanmıştır. Ayrıca idari yönetimlerin agro turizm çalışmalarına ağırlık kazandırmaları gerekmektedir. İlçe için yapılan planlama ve stratejilere agro turizmi dâhil edilmelidir. Bölgede agro turizm çiftlikleri yapılmalı; konaklama, yeme- içme tesislerinin bu doğrultuda planlanması sağlanmalıdır. Coğrafi işaretle tescillenen çileğin tanıtımını artırılması sağlanmalıdır. Çalışmada bahsi geçen (ilçeye özgü limon, çilek, zeytin) üç ürünün yöreye özgü niteliğinin olduğu anlatılmalı ve reklamının yapılması sağlanmalıdır. Agro turizm faaliyetleri öncelikle bu ürünler üzerinden gerçekleştirilmelidir. Organik üretim faaliyetleri artırılmalı ve ürün çeşitlendirilmeye gidilmelidir. Bölgede gerçekleşen festivallerin tanıtımının yapılması ve niteliğinin artırılması bölgenin agro turizmini olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Yerel halka agro turizmi ile ilgili eğitimler verilmeli, agro turizmiyle ilgili tüm çalışmalara yerel halk dâhil edilmeli ve ürünlerini pazarlayabilme imkânı sağlanmalıdır.

## 7. Kaynakça

- [1].Civelek, M., DALGIN, T., & Çeken, H. (2014). Agro-Turizm Ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Agro-Turizm Alanlarında Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 15-28.
- [2]. Özşahin, E., ve Kaymaz, Ç. (2015). Amik Ovası'nın Tarım (Agro) Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yaklaşımla İncelenmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 241-257.

- [3]. Dinçer, F. İ., & Emiroğlu, B. D. (2017). Agro Turizm Faaliyetleri Ve Bölgeye Olan Etkilerinin Yerel Paydaşların Bakış Açısıyla İncelenmesi: Çanakkale Kazdağı Yöresi Örneği. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 7(1), 01-17.
- [4]. Civelek, M., Dalgın, T., Çeken, H., & Ekiztepe, B. (2013). Menemen Yöresinde Agro-Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 3(2), 01-07.
- [5]. Yıldız, Z. (2007). *Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [6]. Çakıcı, C. (2019). Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm. Detay yayıncılık, Ankara
- [7]. Civelek, M. (2013) Sürdürülebilirlik Kapsamında Agro-Turizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Tatuta Çiftliklerinin Agro-Turizm Potansiyeli Yönünden Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- [8]. Şimşek, O. (2016). Alternatif Bir Ekolojik Yaşam Modeli: Tatuta (Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası) Projesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.
- [9]. Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A Typology For Defining Agritourism. *Tourism management*, 31(6), 754-758.
- [10]. Türkben, C., Gül, F., ve Uzar, Y. (2012). Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 47-50
- [11]. Shafeei, N. (2012). İzmir İncir Altın’da Doğa Temelli Bir Agro Turizm Yaklaşımı Kentsel Tasarım Projesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [12]. Akyürek, S., & Karabulut, B. (2017). Gümüşhane İlinin Agro-Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Türk Tarım–Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5(13), 1737-1743.
- [13]. Nastiti, A. P. (2020). Community Participation İn Agro-Tourism Development At Karangsari, Blitar, East Java. *Journal Of Environmental Engineering And Sustainable Technology*, 6(2), 36-43.
- [14]. Gökalp, D. D., & Yazgan, M. E. (2013). Kırsal Peyzaj Planlamada Agroturizm ve Agriturizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(1), 25-29.
- [15]. Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The Contradictions Of Agrotourism Development İn Greece: Evidence From Three Case Studies. *South European Society & Politics*, 12(1), 59-77.
- [16]. Marketa Kubickova & Jeffrey M. Campbell (2020) The Role Of Government İn Agro-Tourism Development: A Top-Down Bottom-Up Approach, *Current Issues İn Tourism*, 23 (5)
- [17]. İlban, M. O., Liceli, M. T., & Gülcemal, T. (2018) Kırsal Kalkınma Açısından Agro Turizmin Önemi ve Ekonomik Etkileri. *Journal Of Institute Of Economic Development And Social Researches*, 4(10), 448-459.
- [18]. Turhan M., Köprülü O., Helvacı, İ., ve Son L. (2017) Silifke İlçesi’nin Agro Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. 1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi 1300-1308
- [19]. Silifke Ziraat Odası <http://silifke.ziraatodasi.org.tr/cilek-yetistiriciligi> Erişim Tarihi [08/06/2020]
- [20]. Silifke Ziraat Odası <http://silifke.ziraatodasi.org.tr/turuncgil-yetistiriciligi> Erişim Tarihi [23.06.2020]
- [20]. Urbaş, C. (2008). Silifke Yöresinde Yetişen Bazı Ürünlerin Geleneksel Hazırlama, Saklama, Tüketim Şekillerininin. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- [21]. Eryılmaz, G., Demir, E., ve Pektaş, K. (2019). Silifke Yöresel Mutfak Kültürü Unsuru Olan “Silifke Yoğurdu” Nun Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. 4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı. 218-230.
- [22]. <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/alata/Belgeler/Digerbelgeler/T%C3%BCrkiyedekiLimon%C3%87e%C5%9FitleriGKafa.pdf> Erişim Tarihi [23.06.2020 ]
- [23]. Türk Patent Enstitüsü <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> Erişim Tarihi [08/06/2020]
- [24]. Silifke kaymakamlığı <http://www.silifke.gov.tr/cilek> Erişim Tarihi [08/06/2020]

- [25]. Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2003). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin yayıncılık.
- [26]. Balcı, H., Emirkadı, Ö., (2019), Küresel Ticarete Lojistik Üslerin Önemi ve Karadeniz Bölgesi Lojistik Üs Potansiyelinin SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21/1, 6-30.
- [27]. Ongun, U., Gövdere, B., & Çiçek, U. (2016). Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 75-88.
- [28]. Halaç, H. H., & Akdağ, H. (2018). Taşınmaz Kültür Varlıklarının Stratejik Planlarının Oluşturulmasında Swot Analizi Yöntemi; Mardin Kasımiye (Sultan Kasım) Medresesi Örneği. *The Journal Of International Lingual Social And Educational Sciences*, 4(1), 65-77.
- [29]. Altan, M. (2018). *Uluslararası Pazarlamada İkincil veriler Kullanılarak Hedef Pazar Seçimi ve Bir Model Önerisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- [30]. Vikipedi <https://tr.wikipedia.org/wiki/Limon> Erişim Tarihi [08/06/2020]
- [31]. Yıldırım, G.(2018). Kırsal Turizm Kapsamında Türkiye'de Çiftlik Turizminin Değerlendirilmesi: Tatuta Çiftlikleri Örneği. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

## Türkiye'deki Gastronomi Turizmi Hakkında Genel Bir İnceleme

İlkay YILMAZ<sup>1</sup>, Haydar ŞAHİN<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi

<sup>2</sup> İstanbul Rumeli Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu

E-Posta: haydarsahin35@gmail.com

### Özet

Türk mutfağının dünyanın en zengin çeşitliliğine sahip olan mutfak kültürlerinden biri olmasından dolayı, gastronomi turizmi faaliyetleri içerisinde önemli bir çekiciliğe sahip olabileceği ve bu turizm çeşidinin Türkiye'de daha da gelişerek daha çok turisti ağırlayabileceği izlenimine varılmıştır. Türk mutfak kültürü ile ilgili yerelden ulusala çalışmaların artması ve gastronomi turizmi potansiyeline sahip olan ilgili destinasyonlara yönelik tanıtım, pazarlama çalışmalarının yapılması ile Türk mutfak kültürünün değerinin artacağı ve turizm endüstrisi içerisinde daha iyi bir konuma yükseleceği sonucuna varılmıştır. Bu çalışma ile birlikte alternatif turizm çeşitleri içerisinde son yıllarda hızla gelişme gösteren gastronomi turizmi hakkında genel bilgiler iletilmekte ve Türkiye'deki gastronomi turizmi çalışmaları ile ilgili öneriler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, coğrafi işaretler, destinasyon pazarlaması, yerel gastronomi, alternatif turizm.

### A General Review about Gastronomy Tourism in Turkey

#### Abstract

Due to the Turkish cuisine is one of having culinary culture to the world's richest diversity, gastronomy tourism activities developed in could have a major charm and of this kind of tourism more in Turkey has reached more tourists entertained could impression. It has been concluded that the value of Turkish cuisine culture will increase and it will rise to a better position in the tourism industry with the increase of local and international studies on Turkish cuisine culture and the promotion and marketing activities for the relevant destinations that have the potential of gastronomy tourism. This is general information about gastronomy, tourism, showing the rapid development in recent years in working with alternative forms of tourism are forwarded recommendations regarding gastronomy and tourism activities in Turkey are located.

Keywords: Gastronomy tourism, geographical signs, destination marketing, local gastronomy, alternative tourism.

#### 1. Giriş

İnsanoğlunun yaşamını devam ettirebilmesi için yiyecek ve içecek tüketmesi en önemli fizyolojik durumlardan biridir. İnsanlar doğru beslenmenin neticesinde hayatlarına sağlıklı bir şekilde devam edebilmektedir. Doğumdan ölüme kadar olan bu süreç içerisinde insanoğlu doğduğu ilk çağlardan itibaren, toprakta yetişen ve yenilebilecek bitkileri tüketmekle birlikte çeşitli hayvanları da tüketerek beslenmeyi ve yaşamını sürdürmeyi başarmıştır. Günümüze kadar gelişerek ilerleyen bu süreç içerisinde toplumlar, yaşamış oldukları farklı olgular nedeniyle kendi alışkanlıklarını oluşturmaya başlamış ve bunun sonucunda farklı kültürlerin meydana gelmesini de sağlamışlardır (Deveci ve ark., 2013). Ekolojik, ekonomik ve coğrafi yapı ile birlikte tarihsel süreç içerisinde insanların beslenme alışkanlıkları, milletlerin kültürel yapılarının oluşmasında etkili olmuştur (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008).

Türk toplumu Orta Asya'dan göç etmiş olan ve Anadolu'daki farklı uygarlıkların kültürel yapısından etkilenerek, zengin çeşitliliğe sahip Türk mutfağının oluşumunu sağlamışlardır. Türk mutfağı farklı pişirme ve işlem yöntemleri ile birlikte dünyanın en besleyici mutfaklardan biri olma özelliğini de kazanmıştır. Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin amaçları arasında Türk mutfak kültürünü tanımak ve bu kültürün önemli yiyecek ve içeceklerini tatmak arzusu bulunmaktadır (Çakıcı ve Eser, 2016).

Gastronomi ile ilgili çalışmalar ülkemizde ve dünyanın her alanında önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bu alandaki çalışmalar mutfak kültürümüzü tanımamız ve yaşatmamız, yöresel üreticiler ile geleneksel ürünlerimizi tanımamıza yardımcı olmaktadır. Yerel yöneticilerin ve yönetimlerin turizm endüstrisi içerisinde planlamış oldukları tanıtım ve pazarlama stratejileri içerisinde, gastronomi alanındaki eksiklikler fark edilmiş olup, yerelden ulusala kalkınmada gastronomik faaliyetlerin gerçekleşmesi için çalışmalar hızlanmıştır. Dünya genelinde gastronomi turizmine olan ilgi, ilerleyen süreç içerisinde yükselişini sürdürmeye devam etmektedir. Gastronomi turizmi hareketliliğine katılan turistler, hiçbir destinasyon noktası fark etmeksizin, ziyaret ettikleri bölgelerdeki yerel yiyecek ve içecekleri tatmayı ve incelemeyi ihmal etmemektedirler. Bununla birlikte, turistler yöresel yiyeceklerin üretim ve tüketim ritüellerini öğrenme arzusu içerisinde olmaktadır (Çimen, 2016). Turizm gelirleri incelendiğinde ise, önemli bir payın gastronomi turizmi sayesinde elde edildiği ve alternatif turizm çeşitleri içerisinde en önemli çekiciliğe sahip olduğu bilinmektedir. Türkiye'deki gastronomik yeterlilikler göz önüne alındığında, gastronomi turizmi için oldukça zengin bir potansiyele sahip olunduğu görülmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014).

Bu çalışmada, gastronomi turizmi hareketliliğini tercih eden ziyaretçilerin, ziyaret amaçlarından bahsedilmiş ve Türkiye'deki gastronomi potansiyelinin, mutfak kültürü ile ilişkilendirilerek, gastronomi turizmindeki gelebileceği noktanın anlaşılabilmesi amaçlanmıştır.

## 2. Turizm Kavramı

İnsanların sürekli olarak konakladıkları veya çalıştıkları yerden, belirli amaçlar doğrultusunda başka bir ülkeye veya şehre geçici bir süreliğine hareket etmesiyle bu yerlerde amaçlarını gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Yeşiltaş, 2018). Turizm kelimesi Fransızca dil kökeninden olan "Tornus" yani dönüş-dönme anlamına gelen sözcükten türemiştir (Bayer, 1992).

Ülke ilişkileriyle birlikte, siyasi, kültürel, ekonomik ve sosyal birlikteliklerin oluşmasında Turizmin rolü büyüktür. İnsanları birbirine yaklaştıran ve birlikte ortak bir paydada buluşmasını sağlayan önemli bir endüstridir (Güler ve Olgaç, 2010).

## 3. Gastronomi Kavramı

Gastronomi, gaster(mide) ve nomos(yasa) kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşan, Yunanca kökenli bir kelime olup, Fransızcadan dilimize geçmiştir. Gastronomi insan sağlığını ön plana alarak, lezzetli yiyecekler ve içeceklerin farklı pişirme teknikleriyle üretilip, görselliği yüksek ve iştah açıcı hale getirilerek tüketiciye sunulması olarak ifade edilmektedir (Özdemir ve Altınar, 2019). Diğer bir tanımla ise sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş giden, lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak açıklanmaktadır (TDK, 2020). Bir başka ifade ile de gastronomi, iyi olan yiyecek ve içeceği tüketmek ve bunlarla ilgili kültürel ilişkiyi inceleyen bir disiplin alanı olarak açıklanabilir (Cömert ve Özkaya, 2014).

Gastronomi ile ilgili çalışmalar ilk olarak 1825 yılında Fransız asıllı Jean Anthelme Brillant Savarin tarafından yazılan ve çok sayıda İngilizce baskısı yayımlanan "Tadın Fizyolojisi" kitabında yer almıştır. Savarin'in ifadesine göre gastronomi, beslenme ile ilgili her unsurun detaylı bir şekilde incelenmesi olarak yorumlanmıştır (Savarin, 2009).

Gastronomi, içerisinde tarih, sosyoloji, sağlık bilimleri, antropoloji, felsefe, psikoloji, turizm, kimya, ekonomi, coğrafya, ziraat, çevrebilim gibi birçok dalı kapsayan multidisipliner bir alandır (Yıldız ve Yılmaz, 2019). Gıda ve beslenme ile doğrudan ilişkili olan gastronominin içerisinde, gıdaların tadımı, yiyecek ve içeceklerin üretimi, gıdaların fonksiyonları, hijyen ve sanitasyon kuralları, pişirme ve soğutma araç gereçleri, yiyecek ve içeceklerin muhafazası, gıdaların transferi, gıdaların hazırlama sürecindeki işlemleri, gıdaların kimyası, yiyecek ve içeceklerin kültürel ve tarihsel gelişiminin incelenmesi ile ilgili konular yer almaktadır (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2018). Ayrıca, gıdaların mikrobiyolojisini ve fizyolojisini, gastronomi işletmelerinin yönetimini, gıdaların sürdürülebilir

kılınmasını, atık durumdaki gıdaların kazandırılmasını, hangi yiyecek ve içecek ile hangi ürünlerin tüketilebileceğini de inceleyen bir bilim dalı özelliği taşır (Sarıışık, 2017).

Gastronomi, mutfak ve kültür dışında, belirli bir bölgenin tanıtılmasında önemli bir etkidir. Seminerler, workshoplar, kongreler, yarışmalar ve benzeri faaliyetler ile birlikte, gastronomi alanının büyümesi ve bu alana ilginin sürekli olarak artma durumu devam etmektedir (Yıldız ve Yılmaz, 2019).

Gastronomi turizmi içerisinde farklı kavramlar gastronominin gelişmesine bağlı olarak, zaman içerisinde ortaya çıkmıştır. Ön plana çıkan kavramlar şunlardır;

- Gastro turist, rutin olarak tekrarlanan yiyecek ve içeceklerden ziyade, farklı yiyecek ve içecek tüketmek amacı ile ziyaretler gerçekleştiren kişilerdir.
- Gastronom, lezzetli ve iyi yemekten anlayan, yiyecek ve içecek konusunda oldukça bilgi sahibi ve bu yiyecek ve içeceklerin üretim ile tüketim ritüelleri hakkında bilgi sahibi kişilerdir.
- Gurme, Yiyeceklerin içerisindeki malzemelerin uyumu hakkında bilgi sahibi, üretim tekniklerine hâkim ve yiyeceğin uygun şartlarda sunulup sunulmadığı ile ilgili yeterli bilgiye sahip kişi olarak tanımlanmaktadır.
- Gurman, Yiyecek ve içecek üretimi, kültürel değeri, görünümü ve sunumu ile ilgili detaya girmeden sadece açlığını gidermek için tüketen kişidir.
- Degüstatör, Yiyecek ve içecek konusunda tat alma duyusuna güvenilen, ürünün tadı, rengi, kokusu ve lezzeti ile ilgili bilgilere sahip olup, eleştiri yapabilen kişidir (Özdemir ve Altın, 2019).

#### 4. Gastronomi Turizmi

Turizm organizasyonları dünya çapında yaklaşık 1,4 milyar insana hitap eden bir faaliyettir. Bu organizasyonlar içerisinde deniz, kum, güneş, eğlence, kültür ve tarih dışında bir bölgeyi veya şehri ön plana çıkaran etmenlerden en önemlisi de mutfak kültürüdür (Özdemir ve Altın, 2019).

Gastronomi turizmi, özel bir lezzete sahip yiyecek ve içeceğin tadımını yapabilmek, üretim aşamalarını görebilmek ve öğrenmek amacıyla, yiyecek ve içecek işletmelerinin, festivallerin ve gastronomi adına özel çalışmaların yapıldığı yerleri ziyaret etmek olarak tanımlanmaktadır (Deveci ve ark., 2013). Gastronomi turizmi, turizm endüstrisi içerisinde en cazip dallardan biridir. Ülke ve bölgeleri ziyaret eden veya etmek isteyen turistler son yıllarda özellikle yeni yerler, yeni lezzetler ve farklı kültürleri keşfetmek amacıyla gastronomi turizmi hareketliliğini tercih etmektedirler (Cömert ve Özkaya, 2014).

Destinasyona ulaşma kararını vermede en önemli etmenlerden biri de o bölgede bulunan yiyecek ve içeceklerin, turistlerin kültürüne göre farklılık arz etmesi ve bu husustan dolayı o ürünleri tüketme arzusudur (Birsen ve Dinç, 2017). Ziyaret edilen yerin gastronomi fonksiyonları, gastronomi turistleri üzerinde önemli bir etki yaratarak, ürünlerin, bölgenin ve kültürel faaliyetlerin hatırdan kalmasını sağlamaktadır (Yıldız ve Yılmaz, 2019). Bu bakımdan Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine geniş çaplı çalışmalar yapılmakta, yerli ve yabancı turistler için gastronomi turları düzenlenmektedir (Şengül, 2017). Yerel mutfak kültürünün gastronomi turizminde önemli bir rolü üstlenmesiyle birlikte, bu alanlarda yapılan çalışmaların özgünlüğünü kaybetmeden de ilerletilmesi gerekmektedir (Çimen, 2016). Gastronomi turizminin sağlıklı bir şekilde geliştirilebilmesi için, yöresel ürünlerimizin korunması ve üreticilerin ekonomik bakımdan desteklenmesi önem arz etmektedir. Özellikle kırsal alanlarda üretimi yapılan ürünler özgünlüğünü daha az yitirmiş olduğundan dolayı, gastronomi turizmi hareketi bu bölgelerde daha güçlü bir biçimde gerçekleştirilebilir (Özkaya ve ark., 2013).

Gastronomi turizmi ile ilgili yapılan çalışmalar, bu alanı ilgi çeken turizm dallarından biri haline getirmiştir. Araştırmalarda ön plana çıkan hususlardan biri, gastronomi amaçlı ziyaretler gerçekleştiren turistlerin, bu turizm dalına olan ilgisinin artacağı ve gastronomi turizminin yeni pazarları da doğuracağı sonucuna varılmasıdır (Sarıışık ve Özbay, 2015). Türkiye’nin sahip olduğu gastronomik çeşitlilik incelendiğinde ise, henüz gastronomi turizmi potansiyelini tam anlamıyla kullanamadığı sonucuna varılmaktadır (Şahin ve Ünver, 2015).

#### 5. Türk Mutfak Kültürüne Genel Bir Bakış

Türk mutfağının temel öğeleri detaylı olarak incelendiğinde, mutfak kültürünün Orta Asya'daki göçebe topluluklara kadar dayandığı ortaya çıkmaktadır. Beslenme ihtiyacını karşılayabilmek için göçebe şekilde yaşayan Türkler, bu zaman dilimi içerisinde farklı saklama koşullarını da geliştirmişlerdir. Bu saklama koşullarının içerisinde ise en çok bilinen yöntem kurutma işlemi olarak bilinmektedir. Özellikle et, süt ve sebzelere uygulanan bu yöntem sayesinde besin ihtiyaçlarını uygun şekilde karşılayabilmişlerdir. Anadolu'ya göç ettikten sonra da bu yöntem geliştirilerek kullanılmaya devam etmiştir (Alçay ve Ark., 2015).

İslamiyet'in benimsenmesiyle birlikte Türk mutfak kültüründe önemli değişimler yaşanmıştır. Temiz ürünlerin tüketimi ön plana çıkmaya başlamış ve alkol içeren içeceklerin tüketiminin yasaklanmasıyla fermente ürünlerin kullanımı sınırlandırılmıştır. Orta Asya bölgesinde yer alan ve özellikle Türkistan ile Moğolistan'da üretilen, kısrak sütünden elde edilip fermente edilmesiyle birlikte son halini alan kırmızı içkisinin, bu dönem içerisinde tüketimi yasaklanmış ve bu içecek yerine şerbet tüketimi yaygınlaşmaya başlamıştır (Kurdal, 1993; Paşaoğlu, 2010). Türk mutfağında domuz hayvanı başta olmak üzere, tek tırnaklıların ve sürüngenlerin yemeklerde kullanılması, deniz ürünlerinden ise midye, ıstakoz, yengeç ve kurbağanın tüketilmesi de yasaklanmıştır. Bununla birlikte Türk mutfak kültürü, Arap mutfağından etkilenmeye başlamış olup, yağlı, acı ve bol baharatlı yiyecekler de mutfak kültüründe yer bulmuştur (Altın ve Solmaz, 2018). İlerleyen süreç içerisinde Osmanlı döneminde coğrafi sınırların ilerlemesine paralel olarak, Türk mutfağındaki zenginlik de gelişmeye ve büyümeye başlamıştır (Cömert ve Özkaya, 2014). Osmanlı döneminde 15.yüzyıla gelindiğinde sofralarda çeşitlilik az ve görkemli yemekler yerine daha sade yiyecekler yer almaya başlamış, 16.yüzyılda ise bu durum tam tersi bir etki göstererek görkemli ziyafet sofraları kurulmaya başlanmıştır. Bu durum 17.ve 18.yüzyıllarda da etkisini göstermiş ve zengin ziyafet sofralarının çeşitliliği genişletilerek sürdürülmeye devam etmiştir. 19.yüzyılda ise Osmanlı imparatorluğunun yaşamış olduğu ekonomik zorluklardan dolayı, bu durum mutfak kültürünü de etkilemiş, daha sade ve az çeşitli yemeklerin yer aldığı sofraların kurulmasına sebep olmuştur (Çakıcı ve Eser, 2016).

Tarımsal ve hayvansal ürünler, Türk mutfağındaki yiyecek ve içeceklerin temelini oluşturmaktadır. Anadolu coğrafyasında iklim koşulları ve toprağın verimliliği, bulunduğu konum itibarıyla değişmekte, bununla birlikte, yemek kültürü de yöreden yöreye farklılık göstermektedir. Yaşanan tarihi olaylarla birlikte, yemek kültürünün sunum ve tüketim şekli de değişime uğramaktadır. Bununla birlikte, Türk adetlerinde yer alan törenler ve özel günler, yemeklerin ortaya çıkmasında ve sürdürülüp günümüze kadar ulaşmasında da etkili olmuştur. Tüm bu olaylar Türk mutfağının gelişmesindeki önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Güler ve Olgaç, 2010). Dünya'nın en zengin çeşitliliğine sahip ilk üç mutfağı arasında gösterilen Anadolu mutfağının gelişmesindeki diğer sebepler ise, fetihlerin etkisi, komşu ülke mutfaklarından farklı nedenlerden dolayı etkilenme durumu, çeşitli uygarlıkların Anadolu topraklarında yaşaması ve üretilen ürünlerin bölgeden bölgeye değişiklik göstermesi bu zenginliğin ortaya çıkmasındaki sebeplerden sadece birkaçını oluşturmaktadır (Cömert, 2014; Şengül, 2017).

## 6. Coğrafi İşaretleme Kavramı

Coğrafi işaretler, bir ürünün niteliği, özelliği, kalitesi ve ünü bakımından, belirli bir bölgeye ait olan ürün olarak tanımlanmaktadır. Ürünlerin, tüketicilerin, üreticinin haklarının korunması ve bu değerlere sahip çıkılması coğrafi işaretleme temel öğelerini oluşturmaktadır. Coğrafi işaretler menşe adı ve mahreç işareti olmak üzere iki farklı şekilde tescil işlemine tabii tutulmaktadır. Menşe adı, ürünün tamamının belirli bir yöreye özgü olarak o bölgede üretilmesi iken, mahreç işareti ise, ürünün üretimi esnasında en az bir işlemin, niteliğine sahip olduğu yörede gerçekleşmesidir. Menşe adı ve mahreç işareti dışında bir başka kategori tanımı ise, geleneksel ürün tanımlamasıdır. Bu tanımın yapılabilmesi için bir üründe geleneksel üretim metotları kullanılması veya geleneksel yöntemlerle üretilmiş olan hammaddelerden üretilmiş bir ürün olması ve en az otuz yıl süre ile kullanılan bir ad olması gerekmektedir. Geleneksel ürün adının şu an için sadece Türkiye'de geçerliliği var olup, Avrupa Birliğinde herhangi bir geçerliliği bulunmamaktadır (Türk Patent Enstitüsü, 2017).

Coğrafi işaretleme sayesinde yöresel ürünlerimizin isim haklarıyla birlikte, üretimi yapılan bir ürün ise, bu ürünün de standart bir reçeteye kavuşması sağlanmaktadır. Geleneksel üretim metotlarının korunması ile birlikte yiyecek ve içecek üretimi de belirli koşullar içerisinde yapılmaya başlanmış, bu sayede

mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılması amaçlanmıştır. Coğrafi işaretlemeler ile birlikte, belirli bir kaliteye ulaşan ürüne, tüketicinin güveninin artması da sağlanmıştır. Yöresel ürünlerin korunması ile birlikte, yerel üreticiler kalkınmaya başlamış bununla birlikte, kültürel miraslarını da korumak amacıyla çalışmalara dahil edilmişlerdir. Gastronomi turizminde coğrafi işaretlemenin önemli olduğu noktalardan biri de gelenekselliğe bağlı olarak üretim teknikleri kullanılmasıdır. Yörenin mutfak kültürünü, yeme içme ritüellerini ve yörenin özgün niteliklerini korumakla birlikte, bölgenin belirli koşullar altında tanıtılmasını sağlayarak, söz konusu destinasyona yerli ve yabancı turistleri çekmede en önemli rollerden birini oynamakta ve bu sayede bölgenin kalkınmasını sağlamaktadır (Özkaya ve ark., 2013).

## 7. Destinasyon Pazarlaması ve Gastronomi

Turizm sektöründe en önemli olgu hizmettir. Bu durumdan dolayı turizm sektörü içerisinde reklam ve tanıtım çalışması diğer sektörler göre farklılık göstermektedir (Kavacık ve ark., 2012). Bu olgu ile birlikte destinasyon pazarlaması, ülkelerin ve bölgelerin gelir düzeyini yükseltmek, tanınabilirliğini arttırmak, bölgenin özelliklerini ön plana çıkarmak, nitelikli turistlerin destinasyonları ziyaret etmelerini ve tüm bu çalışmaların neticesinde kalkınmayı sağlamak için uygulanan faaliyetleri kapsar (Serçek ve Serçek, 2015).

Destinasyon imajı, ziyaretçilerin belirli bir bölgeyi seçmelerindeki en önemli nedenlerinden biridir. Turistler ulaşmak istedikleri destinasyonlar ile ilgili yaptığı araştırmalarda farklı insanların fikirlerini önemsemekte ve bu hususlara göre kararlarını vermektedirler (Ceylan, 2011). Destinasyon pazarlamasının önemli amaçlarından biri de kentler ve bölgeler ile ilgili olumlu bir imaj bırakmak ve o yerin markalaşmasında katkıda bulunmaktır. Gastronomi adına yürütülen pazarlama çalışmalarının başarılı olması ile birlikte son yıllarda ülke ve şehirlerin markalaşmaları gastronomik unsurlar aracılığıyla gerçekleşmeye başlamıştır (Serçek ve Serçek, 2015).

## 8. Sonuç ve Öneriler

Alternatif turizm çeşitleri içerisinde önemli bir konumda bulunan gastronomi turizmi, doğru bir pazarlama stratejisiyle birlikte bir bölgenin veya bir ülkenin kalkınmasında oldukça büyük bir rol oynamaktadır. Belirli bir amaç doğrultusunda turizm hareketine katılan ziyaretçiler, gelenekselleşmiş olan yiyecek ve içecekleri tatma arzusu içerisinde hareket etmeye başlamış ve bu durumun sonucunda gastronomi turizmi daha fazla ilgi görerek, alternatif turizm çeşitleri içerisindeki yerini zirveye taşımaya başlamıştır.

Gastronomik kimliğe sahip olan ülkeler gastronomi turizmi ile ilgili büyük bütçeli çalışmalar yapılmakta ve bu ülkeler, her yıl milyonlarca gastro turist ağırlamaktadırlar. Gastronomi destinasyonundaki imajın etkisi ile bölgeleri ziyaret eden nitelikli turistler, yerleşik olarak yaşamış olduğu bölgeye dönüş yaptığında söz konusu ziyaret ile ilgili çevresindeki insanlara dolaylı yoldan tanıtım yapmaya yardımcı olabilmektedir. Bu ziyaretlerin sonucunda gastronomi turizmi konusunda çalışmalar yapan ülkeler ekonomilerine oldukça iyi bir katkı sağlamaktadırlar.

Yerelden ulusala detaylarıyla çalışılması ve uygulanması gereken konulardan biri olan gastronomi turizminin sürdürülebilir kılınması amacıyla, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı birçok alanda çalışmalarını yoğunlaştırmış ve turizm endüstrisi içerisinde önemli bir paya sahip olan bu turizm kolu için büyük adımların atılmasına vesile olmuştur. Gastronomi turizmi ile ilgili çalışmalar, Türkiye’de 2000’li yılların başında hız kazanmış olup, son dönemlerde sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları, gastronomi dernekleri, federasyonlar ve turizm işletmelerinin desteği ile birlikte daha güçlü bir unsur haline gelmiştir. Gastronomik faaliyetlerin yükselmesi ile birlikte yerli ve yabancı turistleri çekebilecek etkinlikler düzenlenmeye başlanmış ve bunun sonucunda birçok iş kolu, gastronomi turizmi hareketliliği sayesinde ekonomik gelirden paylarını almaya başlamışlardır.

Dünya’nın en fazla yiyecek ve içecek çeşitliliğine sahip olan Türk mutfak kültürü, doğru çalışma metodları kullanılarak gastronomi alanında marka şehirler oluşturulmasını sağlayabilecek zengin bir potansiyele sahiptir. Türkiye’de Gastronomi turizminin en yoğun yaşandığı şehirlere örnek olarak Gaziantep, Hatay, Adana, İstanbul ve İzmir şehirleri gösterilebilmektedir. Bu şehirlerimizde gastronomi

kongreleri, fuarları ve gastronomi turları yoğun katılımlı olarak gerçekleşmekte, sahip olunan özgün ürünlerin korunması için çalışmalar yürütülmektedir. Ancak, Türkiye'nin sahip olduğu gastronomi potansiyeli henüz istenilen seviyede tanıtılamamakta ve bunun neticesinde gastronomi amaçlı seyahat gerçekleştiren turistler Türkiye'yi tercih listesinin ilk sıralarına almamaktadırlar. Özellikle yabancı turistlerin ilgisini çekmek üzere geniş kapsamlı tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi elzem bir durum haline gelmiştir. Bu durumdan ötürü, ulaştırma faaliyetleri yürüten işletmelere, konaklama tesislerine, yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmelere önemli bir görev düşmektedir. Konu ile ilgili uzman gastronomi rehberleri oluşturularak, bu kişiler gastronomik açıdan belirli bir niteliği ve ünü olan şehirler, ilçeler veya köyler hakkında eğitime tabii tutulmalıdır. Tanıtılacak yöreler ile ilgili, farklı dillerde broşürler, video yayınları ve telefon uygulamaları oluşturulmalı, değerlerimizin özgünlüğünü bozmadan faaliyetlerin yürütülmesi sağlanmalıdır. Tüm bu çalışmaları yürütürken, kırsal turizm alanlarında planlamaların yapılması da oldukça önemlidir. Özellikle kırsal turizm alanı olarak belirlenen bölgelerdeki işletmeler, yöreye ait olan yiyecek ile içeceklerin üretim ve tüketim ritüellerine de bağlı kalarak hizmet vermelidirler. Geleneksellikten uzaklaşmadan yöre halkının yeme içme biçimini de koruyarak hizmet vermek, bölgeye ziyaret gerçekleştiren misafirlerin ilgisini çekmekle birlikte özgünlüğü de koruyarak bölgenin sürdürülebilir kılınmasında da önemli bir rolü üstlenecektir. Türkiye'nin gastronomi potansiyeli, turizm endüstrisinin şahlanmasına yardımcı olmakla birlikte, birçok iş kolunu harekete geçirebilecek etkiye sahiptir.

## 9. Kaynakça

- [1] Alçay, A.Ü., Yalçın, S., Bostan, K., ve Dinçel, E. (2015). Orta Asya'dan Anadolu'ya kurutulmuş Gıdalar. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*. 40: 83-93.
- [2] Altınar, D. D. ve Solmaz, Y. (2018). Türk Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*. 1 (3): 108-124.
- [3] Bayer, M.Z. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını. 253: 4-5.
- [4] Birsen, G. A., ve Dinç, A. (2017). Kırsal Turizm Planlaması Kapsamında Gastronomi Etkinliklerinin Değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 15 (1): 120-132.
- [5] Ceylan, S. (2011). Destinasyon Marka İmajı ve Pamukkale Yöresinde Bir Uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*. 7; 89-102.
- [6] Cömert, M., ve Özkaya, D. F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 2 (2): 62-66.
- [7] Çakıcı, C.A., ve Eser, S. (2016). Yabancı Mutfak Şefleri Gözüyle Türk Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 4 (1): 215-227.
- [8] Çimen, H. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Ardahan Mutfağının Önemi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*. 32 (32): 307-315.
- [9] Deveci, B., Turkmen, S., ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ve Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*. 3 (2): 29-34.
- [10] Güler, S., ve Olgaç, S. (2010). Lisans Düzeyinde Eğitim Gören Öğrencilerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Pazarlamasına İlişkin Görüşleri (Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokul Örneği). 28; 227-238.
- [11] Kavacık, M., Zafer, S., ve İnal E. M. (2012). Turizmde Destinasyon Markalaması: Alanya Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 39: 169-192.
- [12] Kurdal, E. (1993). *Kırmızı*. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 24 (1): 223-225.
- [13] Özdemir, G., ve Altınar, D. D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 12 (1): 1-14.
- [14] Özkaya, D.F., Sünnetçioğlu, S., ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 1 (1): 13-20.
- [15] Paşaoğlu, D. (2010). *Divan-ü Lügat-it-Türk'e göre Türkler'de Yemek Kültürü*. *Bilimsel Eksen Dergisi*. 1: 72-93.

- [16] Sarıışık, M., ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 26 (2): 264-278.
- [17] Sarıışık, M. (2017). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*. Ankara: Detay Yayıncılık. 2: 1-3.
- [18] Savarin, J.A.B. (2009). *The Psychology Of Taste or Meditations on Transcendental Gastronomy*. London: Everymans Library. 61.
- [19] Serçek, G. Ö., ve Serçek, S. (2015). Destinasyon Markalaşmasında Gastronomi Turizminin Yeri ve Önemi. *Journal of Tourism Theory and Research*. 1 (1): 15-28.
- [20] Seyitoğlu, F., ve Çalışkan O. (2018). Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 15 (3): 523-537.
- [21] Sürücüoğlu, M.S. ve Özçelik, A.Ö. (2008). Türk Mutfak ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi. 38. ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi Bildiri Kitabı. Ankara: Korza Yayıncılık. 1289-1310.
- [22] Şahin, G. G., ve Ünver G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 3 (2): 63-73.
- [23] Şengül, S. (2017). Türkiye’nin Gastronomi Turizmi Destinasyonlarının Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*. 20 (37): 375-396.
- [24] TPE. (2017). Coğrafi İşaret Kavramı ve Türkiye İçin Önemi. <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/70482589-E0CD-4F6C-B820-0F703C5E529E.pdf;jsessionid=427682597AC4A9189299FAA98DFAAC7F> [Erişim Tarihi: 12.06.2020]
- [25] Türk Dil Kurumu. (2020). Türkçe Sözlük. <http://www.sozluk.gov.tr/?kelime=gastronomi> [Erişim Tarihi: 10.06.2020].
- [26] Yeşiltaş, M. (2018). Genel Turizm Bilgisi. *Anadolu Üniversitesi Yayını*. 4-6.
- [27] Yıldız, M., ve Yılmaz M. (2019). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*. 4: 51-60.



## Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Bakış Açısından Bir Girişimcilik Alanı Olarak Kırsal Turizm

Esen ORUÇ<sup>1</sup>, Esra KAPLAN<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Türkiye

esen.orucbuyukbay@gop.edu.tr

esra.gurel@gop.edu.tr

### Özet

Kırsal turizm kırsal kalkınmanın en önemli bileşenlerinden biridir. Konunun gündemdeki yeri giderek artmaktadır. Buna bağlı olarak konu akademik düzeyde de ele alınmaktadır. Konuyu, ulusal ya da uluslararası politikalar, bazı kesimlerin kırsal turizme yaklaşımı, bir yörenin kırsal turizm potansiyeli gibi açılardan ele alan çalışmalara rastlanmaktadır. Kırsal turizm, kamu yatırım ve destekleri gerektiren kırsal kalkınma çabalarının bir parçası olmasının yanı sıra, girişimciler için alternatif bir iş alanı olarak da düşünülmelidir. Bu çalışmanın amacı, ziraat fakültesi öğrencilerinin bir girişimcilik alanı olarak kırsal turizm alternatifine bakış açılarını ortaya koymaktır. Bu şekilde kırsal turizm olgusu, farklı bir perspektiften ele alınmıştır. Çalışma sonucunda, ziraat mühendisi adayı öğrenciler açısından kırsal turizmin ne ölçüde dikkate alınabilir bir girişimcilik alternatifi olduğuna ve ziraat lisans eğitiminin, öğrencilerde kırsal turizm konusunda ne kadar vizyon oluşturabildiğine ilişkin belirlemeler yapılmaya çalışılmıştır. Çalışmada seçilen Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi öğrencileriyle Odak Grup Görüşmeleri gerçekleştirilmiş ve bu görüşmeler sonucunda alınan cevaplar içerik analizi yoluyla yorumlanmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kırsal Turizm, Girişimcilik, Ziraat Fakültesi Öğrencileri

### Rural Tourism as a Field of Entrepreneurship From the Perspective of the Faculty of Agriculture Students

#### Abstract

Rural tourism is one of the most important components of rural development. The place of the issue on the agenda is increasing. The subject is also discussed at the academic level. There are studies which discuss the subject in terms of national or international policies, the point of view of a certain part of rural tourism, the rural tourism potential of certain regions etc. Rural tourism should be considered as an alternative business area for entrepreneurs, as well as being part of the rural development efforts that require public investment and support. The aim of this study is to reveal the perspectives of agriculture faculty students as a field of entrepreneurship for rural tourism alternative. In this way, the fact of rural tourism is discussed from a different perspective. As a result of the study, it was tried to determine about the extent to which rural tourism can be considered as an entrepreneurial alternative for the agricultural engineer candidate students and how can create agriculture undergraduate education a vision about rural tourism for students. In this study, Focus Group Interviews were conducted with chosen students of Tokat Gaziosmanpaşa University Faculty of Agriculture and the answers by the way these interviews were tried to be interpreted through content analysis.

**Key Words:** Rural Tourism, Entrepreneurship, Agricultural Faculty Students

#### 1.Giriş

Turizm, kendine özgü dinamikleri olan ekonomik bir faaliyet alanıdır. Herhangi bir coğrafya insanlar tarafından bedel ödemeye değer görülecek bazı doğal güzelliklere sahipse, geriye bu avantajın ekonomik kazanç alanına dönüştürülmesi kalacaktır. Bir anlamda yetenek yoluyla kazanç sağlamaya benzetilebilir. Turizm önceleri kıyı bölgelerde gelişmeye başlamış olsa da, daha sonraları alternatif arayışlar ortaya çıkmış, köy yaşamının sürdüğü bölgelerde de dışardan gelen insanların görmek, yaşamak isteyeceği

özellikler olduğu fark edilmiş, böylece kırsal turizm faaliyetleri de gelişme göstermeye başlamıştır (Çetin, Üzümcü ve İçöz, 2017,s.138). Turizmle ilgili taleplerdeki çeşitlenmenin özellikle 1980'lerden sonra, kültürel değerler temeline dayalı seyahat fikriyle başladığı belirtilmektedir (Briedenhann and Wickens, 2004,s.72).

Kimi zaman turizm, tarım sektörünün karşısında yani rakibi konumunda bir faaliyet alanıdır. Yani bazı bölgelerde turizm faaliyetleri geliştikçe, tarımsal alanları risk altında kalabilmektedir. Bunun önüne geçilmesi için, turizmin geliştiği bölgelerde verimli tarım alanlarının turistik işletmelere bırakılmaması, verimsiz ve tarıma çok uygun olmayan arazilerin turizm ve rekreasyon amaçlı kullanılması gerektiği ifade edilmektedir. Bu şekilde daha planlı ve rasyonel bir turizm gelişiminin önemine vurgu yapılmaktadır (Çıkmın, Atçeken ve Uçar, 2009, s.4).

Bugün turizm kırsal alan yaşayanları için alternatif bir ekonomik faaliyet olarak değerli görülmektedir. “Kırsal Turizm”, “Tarım Turizmi”, “Agro-Turizm” gibi yaklaşımlar kapsamında yapılan çalışmalar, turizmle tarımı ya da kırsal alan yaşamını bütünleştirmekte, birbirinin tamamlayıcısı olarak ele almaktadır. Kırsal turizm yüzeysel bir anlatımla, kırsal alanda gerçekleştirilen turizm faaliyetleri olarak bilinmektedir. Literatürde, “Tarım Turizmi” ya da “Agro Turizm”, genellikle kırsal turizm kapsamında ele alınmakta, tarımsal üretim aktivitelerinin birer etkinlik haline geldiği bir turizm şeklini ifade etmektedir (Çıkmın ve diğ., 2009,s.5; Nilsson, 2001,s.8-9; Clarke, 1996,s.611). “Tarım Turizmi ya da “Agro Turizm” kırsal alanda gerçekleştiği için bir kırsal turizm olayı olarak kabul edilebilir olmakla birlikte, bu tür turizmde tarımsal faaliyetlere konukların aktif ya da izleyici olarak katılımı söz konusu olduğu için farklılık göstermektedir (Kumbhar 2010, s.2). Bu farklılığı nedeniyle tarım turizminin köy ortamında köyde yaşayanlar gibi zaman geçirmek isteyen bir kitleye, bir anlamda niş pazara hitap ettiği ifade edilmektedir (Chatterjee and Prasad, 2019, s.19)

Dünya ve Türkiye’de önemi giderek artan, kırsal kalkınma konusunda ümit verici bir çözüm olarak görünen kırsal turizm, işletmecilik açısından da artı ve eksileriyle dikkate alınabilecek bir faaliyet alanıdır. Kırsal turizmin, hem kar amaçlı çalışan girişimler hem kar amacı gütmeyen çeşitli kuruluş ya da organizasyonlar tarafından sunulan bir hizmet alanı olduğu bilinmektedir (Bojnec, 2010, s.9). Bir girişimci için ne ölçüde dikkate ve yatırıma değer olduğu, bu faaliyet alanının gelişimi açısından önemli olacaktır. Konuyu uygulanan ulusal ya da uluslararası politikalar, belirli bir kesimin kırsal turizme bakış açısı, belirli yörelerin kırsal turizm potansiyeli vb. açılardan ele alan çalışmalara rastlanmaktadır. Kırsal turizm, kamu yatırım ve destekleri gerektiren kırsal kalkınma çabalarının bir parçası olmasının yanı sıra, girişimciler için alternatif bir iş alanı olarak da düşünülmelidir. Bu alanın girişimcilik açısından öneminin giderek arttığı görülmektedir (Bojnec, 2010, s.14; **Kenebayeva, 2017, parag.2,3**). Bu noktalardan hareketle, eğitim alanları gereği kırsal turizm kavramına yabancı olmayan ziraat fakültesi öğrencilerinin bakış açısından “Kırsal Turizm Alanında Girişimcilik” konusunun ele alınması yerinde bulunmuştur.

Bu çalışmanın amacı, ziraat fakültesi öğrencilerinin bir girişimcilik alanı olarak kırsal turizm alternatifine bakış açılarını ortaya koymaktır. Bu şekilde kırsal turizm olgusu, farklı bir perspektiften ele alınmıştır. Çalışma sonucunda, ziraat mühendisi adayı öğrenciler açısından kırsal turizmin ne ölçüde dikkate alınabilir bir girişimcilik alternatifi olduğuna ve ziraat lisans eğitiminin öğrencilerde kırsal turizm konusunda ne kadar vizyon oluşturabildiğine ilişkin belirlemeler yapılmaya çalışılmıştır. Çalışmada seçilen Tokat gerçekleştirilmiş ve bu görüşmeler sonucunda alınan cevaplar içerik analizi yoluyla yorumlanmaya çalışılmıştır.

## 2.Materyal ve Yöntem

Çalışmanın ana materyalini Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi öğrencileriyle Odak Grup Görüşmeleri yoluyla hazırlanan görüşme tutanakları ve alınan kayıtlar oluşturmaktadır. Odak Grup Görüşmeleri 12’şer kişiden oluşan iki ayrı öğrenci grubuyla gerçekleştirilmiştir. Gruplar kırsal turizm konusuna daha vakıf olmaları nedeniyle Tarım Ekonomisi Bölümü öğrencileri arasından seçilmiştir. Birinci grup buldukları dönem itibarı ile “Tarımsal Girişimcilik” dersini alıp tamamlayan öğrencilerken, ikinci grup eğitimlerini tamamlamak ve meslek ya da iş dünyasına adım atmak üzere olan mezun düzeyine yaklaşmış dördüncü sınıf öğrencileridir.

Görüşmeler sırasında, her iki grup öğrenciyle önceden tasarlanmış olan toplam 9 soru çerçevesinde sohbetler yapılmış, öğrencilerin sorulara ilişkin düşünceleri detaylı olarak kaydedilmiştir.

Odak Grup Görüşmeleri; bir konu hakkında katılımcıların bakış açılarına, yaşantılarına, ilgilerine, deneyimlerine, eğilimlerine, düşüncelerine, algılarına, duygularına, tutum ve alışkanlıklarına dair derinlemesine, detaylı ve çok boyutlu bilgi edinmek amacıyla yapılan bir nitel veri toplama yöntemi olarak bilinmektedir (Çokluk, Yılmaz ve Oğuz, 2011, s.96; Kitzinger, 1995,s.311; Gibbs, 1997). Grup içi etkileşimin ve grup dinamiğinin bir sonucu olarak yeni ve farklı fikirlerin ortaya çıkması Odak Grup Görüşmelerinin en önemli avantajı olarak ifade edilmektedir (Kitzinger, 1995,s.300).

Odak Grup Görüşmelerinde genellikle demografik özellikleri benzerlik gösteren (yaş, sosyo-ekonomik düzey, meslek vb.) belirli sayıda kişi bir moderatör eşliğinde bir araya gelmekte ve araştırma konusu grup ortamında tartışılmaktadır. Ancak grubun kaç kişi olacağına ilişkin farklı görüşler vardır. Grubun kaç kişiden oluşması ve kaç kez yapılması konusunda kesin bir kural olmadığı belirtilmekte, farklı araştırmacılara göre bu sayının 6 ile 15 arasında değiştiği görülmektedir. Araştırmanın özelliklerine göre bu kararın araştırmacının kararına bırakıldığı belirtilmektedir (Çokluk ve diğ., 2011,s.101).

Bu araştırma kapsamında belirlenmiş olan 12'şer kişiden oluşan gruplar, hazırlanmış olan görüşme ortamında grup görüşmelerine alınmış ve belirlenen sorular çerçevesinde görüşmeleri tamamlanmıştır. Görüşmeler, bir yandan raportör tarafından kaydedilmiş, diğer taraftan da ses kaydı alınmıştır. Görüşmelerin çözümlenmesi Odak Grup Görüşmesi tekniğine uygun olarak nicelleştirilmeden, bireysel düşüncelerin farklılıkları ve katılımcıların söyledikleri rapora yansıtılacak şekilde gerçekleştirilmiştir (Çokluk ve diğ., 2011,s.105, Britten 1995, Kitzinger 1995,s.311).

### 3.Araştırma Bulguları

Gerçekleştirilen Odak Grup Görüşmeleri ile elde edilen doküman ve kayıtlar içerik analizi yoluyla bu bölümde rapor edilmiştir. Raporlama sırasında dönem itibarı ile girişimcilik dersini almış ve tamamlamış olan Tarım Ekonomisi Bölümü ikinci sınıf öğrencileri I. grup, mezun aşamasında olan dördüncü sınıf öğrencileri II. grup olarak adlandırılacaktır.

Görüşmelerde, öğrencilerin ilk olarak yaş, cinsiyet ve ikamet ettikleri (ziraat eğitimine başlamadan önceki) yerleşim birimi sorulmuştur. İçerik çözümlenme yöntemine göre, görüşmede yer alan her öğrenciye bir kod verilecek (bu çalışmada birinci gruba sırasıyla rakam, ikinci gruba harf şeklindedir) ve bu koda göre yaş, cinsiyet ve yerleşim bilgileriyle kısaca tanıtılacaktır (Tablo1).

**Tablo 1. Katılımcıların Yaş, Cinsiyet ve Geldikleri Yerleşim Birimi Bilgileri**

KOD	I. GRUP			KOD	II. GRUP		
	Yaş	Cinsiyet	Yerleşim Birimi		Yaş	Cinsiyet	Yerleşim Birimi
1	20	E	İlçe merkezi	A	45	K	İl merkezi
2	20	E	İlçe merkezi	B	23	K	İl merkezi
3	32	E	İlçe merkezi	C	24	K	İl merkezi
4	20	K	İl merkezi	D	23	K	İl merkezi
5	20	K	İl merkezi	E	22	K	İl merkezi
6	20	K	İl merkezi	F	37	E	İl merkezi
7	19	K	İl merkezi	G	27	E	İl merkezi
8	19	K	İl merkezi	H	26	E	Köy
9	21	K	İl merkezi	W	23	E	İlçe merkezi
10	21	K	İl merkezi	X	23	E	Köy
11	20	K	İlçe merkezi	Y	23	E	Köy
12	21	K	İl merkezi	Z	23	E	Köy

Tablo1’de görüldüğü gibi, öğrencilerin yaşları 19 ile 45 arasında değişmektedir. Araştırma konusunun kırsal turizm olması nedeniyle kırsal yerleşime yakınlığı ölçmek amacıyla geldikleri yerleşim birimi sorulmuş olup, dört öğrencinin köyde, diğerlerinin il ve ilçe merkezinde ikamet ettikleri görülmüştür.

Bu demografik soruların ardından, kırsal turizm kavramı ile ilgili sorulardan, bu alanda girişimcilikle ilgili düşünceleri almaya yönelik sorulara kadar ilerleyen 9 soru çerçevesinde yapılan görüşmeler aşağıda açıklanmaya çalışılmış, görüşmelerin aktarımı soru sırasına göre yapılmıştır.

**Soru 1:** Kırsal Turizm Sizin için ne kadar zamandır tanıdık bir kavramdır ve bu kavramı ilk duyduğunuz yerde ya da ne zaman oldu?

Öğrencilerin bir bölümü kırsal turizm kavramını ilk defa ziraat eğitimleri sırasında duyduğunu, bir bölümü kavramı daha önce duyduğunu ancak Ziraat Fakültesinde (ZF) tam olarak öğrendiklerini, bir bölümü ise kırsal turizm faaliyetlerini bir yerlerde görmüş olmalarına rağmen bunun bir kırsal turizm faaliyeti olduğunu yine ziraat eğitimleri sonrasında anladıklarını ifade etmişlerdir.

Öğrencilerden 23 yıl önce turizm alanında lisans eğitimi almış olan **A**, bu kavramı önceki eğitimi sırasında duyduğunu ve kavramı içerik olarak da biraz tanıdığını belirtmiş, ancak daha geniş bilgiye Ziraat Fakültesinde sahip olduğunu ifade etmiştir. Bir diğer öğrenci (**G**) bu kavramı ilköğretim son sınıfta bazı öğretmenlerinin yönlendirmeleriyle fark ettiğini, daha önce Sosyoloji alanındaki lisans eğitimi sırasında daha fazla öğrendiğini, bu yüzden Ziraat Fakültesine geldiğinde konuya bir ölçüde aşina olduğunu söylemiştir. Kavramı lise eğitimi sırasında Anakara Beypazarı’na yaptıkları bir okul gezisi ile fark ettiğini belirten bir diğer öğrenci (**H**) tam anlamıyla öğrenmenin ZF eğitimi sırasında olduğunu belirtmiştir. **W** kodlu öğrenci ise ZF eğitimi öncesinde okuduğu bir dergi makalesinden yüzeysel olarak bilgi edindiğini, tam olarak buradaki eğitimi sırasında kavramı tanıdığını ifade etmiştir. Öğrencilerin bir bölümü, yaşadıkları kırsal alanlarda yapılan bazı turizm faaliyetlerine tanık olduklarını, ancak bunun bir kırsal turizm faaliyeti olduğunu ZF eğitimleri sonrasında anladıklarını söylemişlerdir. Birinci gruptan **3** kodlu öğrenci bu kavramı, TV’de izlediği bir emekli polisin anlatımıyla fark ettiğini ve bunun sonrasında dikkatini çektiğini belirtmiştir.

**Soru 2:** Bu kavram şu anda sizin için net midir?

Kırsal Turizm kavramının öğrencilerin çoğunluğu için tam anlamıyla netleşmemiş olduğu görülmüştür. Kavram ya da bu konuyla ilgili bilgilerin kendisi için tam olarak net olduğunu ifade eden dört öğrenci (I. gruptan **2, 5** ve **12**, II. gruptan ise **A**) olmuştur.

Diğer öğrencilerden bir bölümü kavramın ya da konunun kendisinin net olmadığını, bu yüzden herkes için netlik kazanmasının zor olduğunu düşünmektedirler. Bu fikri taşıyan bazı öğrenciler II. grupta yer almaktadır ve ifadeleri aşağıdaki gibidir;

**B**; “Net değil çünkü kavram kişiye göre değişiklik gösterebiliyor.”

**C**; “Kırsal alan kavramı net olmadığından kırsal turizm kavramı da de çok somut değil”

**E**; “Kavramın kendisi net değil. Her tanımda farklı noktalara değinilmiş”

**G**; “İçinin doldurulması gerek. Konuyu genel olarak bilsek de eksiklerimiz var. Örneğin çevre ile ilgili konularda ve kavramın bizim kültürümüze nasıl entegre edileceği konusunda gerçekçi net bilgiler sınırlı...”

**W**; “Birden fazla tanımlama olduğu için net değil...”

Öğrencilerin çoğunluğu ise kavramın kendisi için net olmamasını, kendisi tarafından çok iyi anlaşılmasıyla ya da anlatılırken yeterince üzerinde durulmamasıyla ilişkilendirmektedir. Bu düşüncedeki öğrencilerden bazılarının cevapları ise şöyledir;

### **I. grup;**

1; “Tam olarak net değil, daha fazla yardım almalıyım.”

7; “Net değil, ders kapsamında başlıklar olarak gördük.”

8; “Bu kapsamda neler yapıldığını biliyorum ama kavramsal olarak benim için net değil, tanımlayamam.”

grup;

F; “Ne olduğunu tam olarak ifade edemem, ama kavram hakkında geniş çerçevede konuşabilirim.”

X; “Kavram hakkında genel olarak fikir sahibiyim, ancak inceliklerini tam olarak bilemiyorum.”

Y; “Tam anlamıyla net değil. Kavram olarak biliyoruz, ancak içerik ve anlam bakımından net değil.”

### **Soru 3: Kırsal turizm kavramını bir iki cümle ile nasıl tanımlarsınız?**

Bu soruya cevap olarak öğrencilerden, kırsal turizmin kendileri için ne anlama geldiğini ifade etmeleri istenmiştir. Beş öğrenci kırsal turizmi (I.gruptan 1, 4 ve 6 II.gruptan F ve W) kırsal alanda yapılan turizm faaliyetleri olarak tanımlamışlardır.

Öğrencilerin bir bölümü için kırsal turizmin kırsaldaki insanı ve hayatını kalkındırma yönü ön plana çıkmaktadır. Hatta bazı öğrenciler, kırsal turizmi kırsal kalkınma kurumlarıyla özdeşleştirmektedir. Bu şekilde tanım yapan öğrencilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir;

### **I.grup;**

5; “Köyde ve kırsalda, orada yaşayan insanların refahını arttırmak için yapılan faaliyetler... Oradaki insanları sosyalleştirmek...”

10; “Kırsal alanları geliştirmek, gelirleri geliştirmek için kurulan kurum...”

### **II.grup;**

A; “Kırsal bölgenin tanıtımını yapmak, değerlerini ön plana çıkarmaktır.”

B; “Kırsal kesimin kalkınması için yaratılan faaliyetler bütünü...”

C; “Kırsal alanda yapılan faaliyetle ek gelir kaynağı sayesinde göçün önlenmesi...”

D; “Kırsalda yapılan, o yörenin özelliği geliştirilerek gelir getirmesini sağlayacak bir alan...”

E; “Kırsal alanda yaşayan halkın refah düzeyini arttıran bir kavram”

H; “Kırsal alanın canlandırılması ve nüfus popülasyonunun bozulmaması...”

Y; “Kırsal alanda kalite, refah, yaşam standardının yükseltilmesi”

Z; “Kırsal alanda yapılan ek gelir kaynağıdır.”

Bazı öğrencilerin tanımlama için kullandıkları cümlelerde uygun olmayan terimler kullanılması nedeniyle anlatım karmaşası söz konusu olmuştur. Bu ifadelerin öğrencilerin algılarındaki karmaşayı yansıtıyor olması açısından dikkate değer olduğu düşünülmektedir. Bu noktada, Odak Grup Görüşme tekniğinde içerik analizi yapılırken, orijinal ifadeye bağlı kalınmasının önemini ortaya çıktığı da söylenebilir.

Üç öğrenci çevresel değerlerin korunmasını ve kırsal dokunun bozulmaması amacını kırsal turizm tanımlamasında öne çıkarmıştır;

### **I.grup**

3; “ Çok fazla el değmeden çevre ve doğa dostu öğretici ve eğitici faaliyetler olarak yapılan eylemler bütünüdür. Genel manada orijinalin değişmemesi”

## **II.grup;**

**G;** “Kırsal alan dokusuna zarar vermeden dışarıdan turist çekmeye yarayan faaliyetlerin tümü...”

**X;** “Kırsal turizm benim için çevrenin korunması ve sahiplenilmesi...”

Birinci gruptaki beş öğrenci ise, daha çok kırsal turizmin yararlanıcısına odaklı tanımlama yapmışlar, ifadelerinde kentli insanların kırsalın cezbedici özelliklerine yönelmelerine yer vermişlerdir.

## **I.grup**

**2;** “Şehir stersinden bunalmış insanların ucuz maliyetli ve ferah bir ortama kavuşması... Huzurlu ve güvenli bir şekilde yaşama isteği duyan insanların bir araya gelip yaptıkları eylemler bütünü...”

**7;** “Kent ortamından sıkılmış insanların kendileri için belli zamanlarda gitmek istedikleri yerler...”

**8;** “Kırsal alanlarda yapılan faaliyetler diye düşünüyorum. Şehirden uzak, mesela tarıma yönelik, atçılık gibi eğlencelerin bulunduğu alanlardır. Bir terapi, yeniden doğuş gibi...”

**9;** “Kırsal turizm kentten şehirden uzakta doğa ile iç içe yapılan tatil, insanların kültürlerini öğrenme faaliyetleri olarak söyleyebilirim.”

**11;** “Kırsal alanda çeşitli etkinliklere verilen addır. Dağcılık olur, farklı etkinlikler olur, onlara verilen isimdir. Yüz yüze ilişkilerin, samimi ortamın olduğu yerlerdir.”

**12;** “Kentte yaşayan insanların kırsal alana duymuş olduğu özlemdir. Kentte yapılan dağcılık, spor, sörf, rafting de kırsal turizmin içine girer.”

## **Soru 4:** Kırsal turizmle ilgili bilgi birikiminizin kaynakları nelerdir?

Bu soru, “Okul ortamında bu konuda ne kadar bilgi sahibi olabildiniz?”, “Okul ortamı ya da ders kapsamı dışında ilgilenir misiniz?”, “Kırsal turizm konusu üzerine düşünür müsünüz?” gibi ek sorularla açıklanmaya, öğrencilerin konu üzerine düşünmeleri desteklenmeye çalışılmıştır.

Bu soruda kırsal turizm konusunun öğrencilerin çok fazla ilgisini çekmediği, ders dışında bilgi edinme eğilimi göstermedikleri görülmüştür. Mezun durumundaki ikinci grup öğrenciler arasında kırsal turizmle ders dışında ilgilenen, neler yapılabileceği konusunda düşünen öğrenciler olmakla birlikte, bu eğilimde olan öğrenci sayısının ve çabanın oldukça sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır. Bu konudaki çoğunluğu benzer cevaplardan üçü aşağıda verilmektedir;

## **I.grup**

**6;** “Hiç merakım olmadığı için araştırmadım.”

**7;** “Okul ortamında bu konu hakkında bilgi sahibi oldum.”

## **II.grup;**

**C;** “Bilgi kaynağım üniversitede aldığım dersler ve yaptığımız projelerdir.”

Bazı öğrenciler, bir kırsal turizm faaliyetlerinden yararlanıcı olarak konuya ilgi gösterdiklerini belirtmişlerdir.

## **I.grup**

**5;** “Okulda oldu bilgi birikimim. Eğer gezmek istersem öyle araştırırım. Kırsal turizm hakkında düşünmedim.”

**12;** “Kırsal turizme turist olarak bakıyorum. İmkân olmadığı için sadece turist olarak bakıyorum. Araştırmadım ama televizyonda çıkan belgesellerde denk gelince izliyorum.”

## **II.grup;**

**D;** “İlgilenirim, internet üzerinden gezeceğim yerleri araştırırım.”

Kısmen de olsa kırsal turizm konusuna ders dışı kaynaklar yoluyla ilgi gösteren öğrenciler genellikle ikinci gruptadır. Onlardan bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir;

## **II.grup;**

**A;** “Okul, TV, gazete, belgesel ve broşürler...”

**E;** “Aldığım dersler dışında tez çalışmamın kırsal turizmle ilgili olmasından dolayı literatür araştırması yaptım. Kampçılık merakımdan ötürü ve bilmediğim yerleri gezip yeni yerleri keşfetme içgüdüğü ile yaptığım araştırmalar.”

**F;** “Kırsal turizm dersinde öğrendim. Kendi köyümde bununla ilgili ne yapabileceğimle ilgili tasarımlarım oldu.”

**X;** “Gazete, dergi, çeşitli internet kaynaklarından inceleme yapıyor ve kısmi olarak ilgileniyorum.”

**Y;** “Kaynak olarak köyümde nüfusun kalması için, köy yaşamının devam etmesi için çeşitli kırsal aktivitelerin yapılması için bir tasarıda buldum sadece. Ama genel anlamıyla bakacak olursak bir kaynağım yok.”

**Z;** “Kendi köyümde yapabileceğim bir şey olabilir mi diye düşündüm. Fakat bizim köyde yapacak bir şey bulamadım. Sonra düşünmeyi bıraktım.”

**Soru 5:** Kırsal turizm alanında kamu – özel rol paylaşımı konusunda ne düşünüyorsunuz? Kırsal turizm yatırımları şu an devlet eliyle mi özel sektöre mi gerçekleştiriliyor, nasıl olmalıdır?

Bu soruda öğrencilerin hem mevcut durum konusundaki bilgileri hem de onlara göre olması gerekenle ilgili düşünceleri alınmak istenmiştir. Öğrencilerin cevaplarında ön plana çıkan devletin denetleme ve teşvik görevinin üstlenmesi yönündeki düşünce olmuştur. Mevcut durumla ilgili bilgilerinin karışık olduğu anlaşılmaktadır. Cevaplarda genellikle kırsal alandaki değerlerin devletçe güvence altında tutulmasının ve bunun sonrasında turizm faaliyetlerinde özel sektörün desteklenmesinin önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca öğrencilerin ifadelerinde genellikle kamu ve özel sektör dayanışmasının yer aldığı görülmektedir. Seçilen bazı ifadeler aşağıda verilmektedir;

## **I.grup;**

**1;** “Hemen hemen çoğu alan kamuya ait ve kiralanıyor, alınıyor. Böylece özele de geçmiş oluyor. Özelde de çok gerçekleşiyor ama devlette kalması daha iyidir diye düşünüyorum.”

**2;** “Genelde kırsal alanlar bakir alanlar olduğu için sit alanlarına çevrilmelidir. Devlet tek başına bir şey yapamaz. Aynı şekilde özel sektör de öyle. Beraber çalışmalarını gerekir diye düşünüyorum.”

**3;** “Kültür, tarih miras olduğu için devlet eliyle yönetilmesi lazım ve denetimini devletin çok güzel yapması lazım. Kırsal özele verilirse mutlaka denetime alınması gerekir. Devletin yatırımlara ihtiyacı vardır. Kırsal kalkınma için yapılan yatırımlarda bence ilk sırada kırsal turizm yatırımlarının gelmesi lazım.”

**8;** “Zincir halkası gibi birbirini tamamlaması gerekir. Eğer sadece özel sektörde olursa diğer turizmden farkı olmayacaktır. O yüzden devletle özel bağlantılı olmalı...”

**12;** “Uzungöl’de binalaşma var ve otel var. Bunlar özel kuruluşlar. Devlet izin vermeseydi doğal güzellikler bozulmazdı.”

## **II.grup;**

**A;** “Devlet ve özel sektör bir arada çalışmalı.”

**B;** “Kırsal turizmde TKDK gibi kuruluşlardan projeler yapılmaktadır. Özel sektör başıboş bırakılmamalıdır.”

**C;** “Kırsal turizmde devlet denetimiyle özel sektör desteklenmelidir. Ayrıca tanıtımlar da yapılmalıdır.”

**D;** “Devlet yönlendirici olmalı özel sektör de imkân yaratmalıdır.”

**E;** “Yörenin potansiyeline göre özel sektör kırsal turizmde rol alır. Devlet toplum yararını düşünebilirken özel sektörün odak noktası kârdır. Bu nedenle de özel sektörün popülaritesi yüksek yerlerde payı büyüktür.”

**F;** “Devlet mevzuat bakımından olayı ele almalı, özel sektör başıboş bırakılmamalı.”

**G;** “Kamunun hangi bölgelerde neler yapılabileceği ve ne tür planlar olabileceği konusunda araştırmalar yaparak planlamalara yardımcı olması, daha sonra konuyu özel sektöre devretmesi gerektiğini, ancak çevrenin ve kırsal dokunun, tarımın ekonomiye kurban edilmeyeceğinin bir şekilde denetlenimin devlet tarafından yapılmasının faydalı olacağını düşünüyorum.”

Cevaplarda, yörelerin sahip olduğu değerlerin zarar görme olasılığının önemli düzeyde endişeye neden olduğu, bu konuda devlet korumasına büyük sorumluluk atfedildiği görülmektedir.

Bunun dışında birinci gruptan iki öğrenci devlet ve özel sektörü kırsal turizm faaliyetlerinde bir arada düşünmediğini ortaya koyan ifadeler kullanmışlardır;

**6;** “Devlet ve özel kırsal turizm alanında birlikte çalışmaz.”

**11;** “Kırsal turizm yatırımları devlet eliyle gerçekleştirilmeli. Çünkü potansiyeli daha yüksek geliyor bana.”

**Soru 6 :** Sermayesi olan bir birey kırsal turizm alanında yatırım yapsa, sermayesini ne kadar iyi değerlendirmiş olur?

Bu sorunun cevaplanması kısmında, iki öğrenci tamamen olumsuz yaklaşmıştır;

**I grup;**

**10;** “Kırsal kesime sermaye yatırmayı mantıklı bulmuyorum. Ben köyde büyüdüm. Pastaneler yapıldı müşteri bulamadı, parklar yapıldı giden olmadı. Yaşama biçimi olarak kırsal zor bir alan.”

**II.grup;**

**Z;** “Yatırımın hedefine ulaşmayacağını düşünüyorum. Çünkü ülkemizde öyle bir kültür yok.”

Bazı öğrenciler ise, kırsal turizm alanına yatırılan sermaye fikrinin başarı şansını bir koşula bağlamışlar, zamana, bölgeye, yapan kişiye, yapılan faaliyet türüne göre başarı şansı vermişlerdir. Cevapların bir bölümü aşağıdaki gibidir;

**I grup;**

**1;** “Kırsal turizmi bilmiyorum ama Ali Ağaoğlu bir bina yaptığında daireler kapış kapış olmuştu. Bunu kırsal alana yapsa yine kapış kapış olurdu diye düşünüyorum. Yapan kişiye bağlı olduğunu düşünüyorum.”

**2;** “Gerçekten yatırım yapılırsa iyi olur. Ekonomide olan elmas-su çelişkisi gibi... İnsanlar bunun farkına vardığında kırsal alan değerlendirilecek.”

**4;** “Kırsalda yapılan yatırımın kime yönelik yapıldığı da önemli... Genellikle bir şehir hayatında yaşayan kişiler bu ortamda olmadığı için onların ihtiyaçlarına, eksikliklerine göre yapılmalı. Bir köy hayatındaki kişiler içinde olduğu için onlara yönelik yapılırsa yatırım iyi sonuçlanmayabilir.

**5;** “Yapılan alana da yapılan işe de bağlı...”

**6;** “Bölgeden bölgeye yatırımların iyi olup olmaması değişir.”

**7;** “Yapıldığı ortama uygun bir iş olursa iyi bir yatırım olabilir.”

**8;** “Yaptığı işe bağlı... Dikkat çekici bir iş kurarsa tutabilir. Ama diğer işletmelerle aynı işi kurarsa dikkat çekici olmaz.”

**II.grup;**

**A;** “Kısa vadede değil ama uzun vadede kazanç sağlar. Tanımının çok iyi yapılması lazım...”

**B;** “Bölge bazlı değerlendirilmesi lazım, turistik bir alansa olabilir. Ama turist çekmezse yapılması mantıksız olur.”

**C;** “Tanıtım ve potansiyeli olan bir yerse yatırım uzun vadede iyi değerlendirilmiş olur.”

**E;** “Yaptığı faaliyeti yılın dört mevsimine yaydığı takdirde iyi değerlendirmiş olabilecektir.”

**F;** “Yaptığı yerin potansiyeli nasılsa ona göre değişir.”

**X;** “Kısa vadede gelirin düşük olacağını ama uzun vadede işletmenin tutum ve davranışına da bağlı olarak yaptığı yatırımdan fazla gelir getireceğini düşünüyorum.”

**Y;** “Yapılan yatırım bölgeden bölgeye, yapılan çalışmaya, uygulanan politikalara göre değişmektedir.”

Bunların dışında daha olumlu yaklaşan öğrencilerden seçilen bazı cevaplar aşağıdaki gibidir;

**3;** “ Köy gelmemesi lazım kırsal deyince akla. Kapadokya mesela, balonlar vs. gibi aktiviteler çok manalı ve on numara aktiviteler. Bence çok iyi olur, olması da lazım ”

**11;** “Son dönemlerde bu alanda yatırımlar çok daha iyi gelişti, insanlar ilgi duyduğu için...”

**12;** “Her yatırımında olduğu gibi bunun da riskleri olurdu. Ülkemizde kırsal alana yapılan yatırım az olduğu için yapılırsa sermayesini iyi değerlendirmiş olur.”

**Soru 7:** Kırsal turizmle ilgili bilgi birikiminize ya da oluşturduğunuz vizyona göre yapılabilecek iyi bir işler neler olabilir?

Kırsal turizm alanında yapılabilecek işlerle ilgili bazı öğrenciler bir fikri olmadığını belirtmiştir. “Turizm alanında bir fikrim yok. Başka tarımsal konularda iş fikirlerim var.” (I.gruptan 1) bu ifadelerden biridir. Diğer öğrenciler iş fikirlerinde doğa sporları, yemek kültürü üzerine faaliyetler, kış turizmi, yayla turizmi gibi alternatifleri önermişlerdir. Günlük iç turizm hareketliliği sağlayabilecek, festival türü aktiviteler de önerilmiştir. Mezun durumundaki II. grup öğrencileri daha fazla fikir üretmişlerdir. Öğrencilerin kendi ifadeleri ile önerileri aşağıdaki gibidir;

#### **I.grup;**

**2;** “Mesela Turhal’ın Çaylı köyünde bir yayla var, Melis yaylası... Orada yamaç paraşütü yapılabilir. Bu yaylada kulüp kurulsa, belediye destek verse çok iyi olur. Gelişme olacağına inanıyorum. Çok iyi sporcular çıkabilir.”

**3;** “ Kırsal turizmin dört mevsim olması lazım... Bölgeye göre düşünülmesi lazım... Örneğin Karadeniz’de yaylacılık, rafting yapılabilir.”

**5;** “Mesela Sivas Yıldız dağında hem kayak yapılıyor hem de piknik yapmak için kamelyalar var.”

**6;** “Kışın kayak yapılacak yerde yazın yaylacılık yapılır.”

**7;** “Kışın kayak yapılıp yazın yamaç paraşütü yapılabilir.”

#### **II.grup;**

**A;** “Gastronomi, doğal yiyeceklerin dalından toplanması, kamp...”

**B;** “Kamp, zipline, doğa yürüyüşü gibi aktiviteler...”

**E;** “Tokat’ın kültürel ve yöresel özelliklerine yönelik kamuoyunda gözükecek ölçekte festivaller düzenlenmeli...”

**F;** “Yöresel ürünlerin nasıl oluştuğunun görülmesi ile ilgili turizm faaliyeti oluşturulabilir.”

**G;** “Hem doğal hem tarihi güzelliklerimiz hem sağlık hem tarım turizmini bir arada gösterebileceğimiz tur planlarımız olmalı. Bunun için konaklama yerlerine ve genel olarak restorasyona ihtiyaç var.”

**H;** “Balıca mağarasının tanıtımı iyi yapılmalı ve görülen eksiklikler tamamlanmalı...”

**W;** “Kırsal alandaki doğal güzellikler dışında kırsal alanda yapılacak faaliyetlerin çeşitlendirilmesi gerekli. Gıda üzerine bir festival düzenlenebilir.”

**X;** “Kısa zamanlı olarak şehirli insanların köy hayatını ve yaşantısını görebilecekleri bir kırsal işletme faaliyeti faydalı olur diye düşünüyorum.”

**Y;** “Çeşitli köylerde ve bölgelerde nüfusu tutmak, sosyal aktiviteleri arttırmak amacıyla günübürlük, festivaller, programlar, konserler yapılabilir veya oranın kültürüne özgü aktiviteler yapılmalıdır.”

**Z;** “Tokat’ta yayla turizmi yapılarak Topçam yaylasının değerlendirilmesi...”

Öğrencilerin öne sürdükleri fikirlerin çok önemli devlet desteği gerektirmekte, bazıları neredeyse tamamen kamu kaynakları ve eliyle yapılması gerekmektedir. Örneğin, “Ballica mağarasının tanıtımı iyi yapılmalı ve görülen eksiklikler tamamlanmalı...” fikri özel girişimcilik açısından bir öneri niteliği taşımamaktadır.

**Soru 8:** Kırsal turizm alanında bir iş kurduğunuzu hiç hayal ettiniz mi, düşünce aşamasında böyle bir tasarınız oldu mu?

Bu soruyla, görüşme öncesinde öğrencilerin, kurgu boyutunda da olsa, kırsal turizm alanında girişimcilik düşüncesi olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Birinci gruptan dört, ikinci gruptan beş öğrenci, daha önce kırsal turizm alanında ya da ilişkili bir konuda bir tasarısı olduğunu belirtmiş ve tasarılarını aşağıdaki gibi ifade etmişlerdir.

### **I grup;**

**1;** “Köyde gençlik kampı... Kendim katılmışım, çok eğlenmişim ve olur mu diye düşünmüştüm.”

**2;** “Çocuk köyü... Tarım yapmak için çocukları çekirdekten yetiştirmek lazım diye düşünüyorum.”

**3;** “Hobi bahçesi... Antalya’da bir yere gitmişim. Reklamlarını çok güzel yapıyorlar. At çiftliği var. Gelen insanlar ücret karşılığında atlarla tur atabiliyor. Kır lokantası da var. Böyle bir şey ve yanına hobi bahçesi, insanların kendilerinin sebzelelerini yetiştirip toplayabileceği şekilde bir hayalim var. Tabi çok maliyetli... Kırsal beni hep çekmiştir. Sakinlik, dinginlik ve kendin de bir çaba sarf ediyorsun.”

**7;** “Bir çiftlik kurmayı hayal ettim. Aynı zamanda kamp ortamı kurmayı da hayal ettim.”

### **II.grup;**

**A;** “Evet hayal ettim. Almus’un su sporları ve tarım ürünlerini bir arada kullanacağım bir tesis düşünüyorum.”

**E;** “Yöresel ürünleri bir arazide toplayarak çeşitleri koruma ve gelecek nesillere aktarmak için festival niteliğinde bir faaliyet düşündüm.”

**F;** “Artık ziraat mühendisi olacağız. Yüzde yüz güvenilir ürünler üreterek onların pazarlaması... Örneğin aile gelip, bağı görerek yaprağını kendi toplayacak ve ürünün güvenilir olduğu konusunda bir şekilde garanti sağlanacak. Örneğin domatesi toplayıp kendisi o gün salça yapabilecek ya da kuşburnunu toplayıp marmelatını yapabilecek”

**X;** “Böyle bir tasarım oldu. Köyümde bağcılık yapılan alanların daha etkin hale getirilmesi için buraların hobi bahçesi olarak değerlendirilmesini düşündüm.”

**Y;** “Köy yaşamını sürdürmek için sosyal aktiviteler yapılması şeklinde hayaller düşünmüştüm.”

**Soru 9:** “Bir kırsal turizm girişiminin müteşebbisi olarak düşündüğünüzde kendinize bu konuda 1 ile 10 arasında kaç puan verirsiniz, neden?”

Bu soruya bir öğrenci cevap vermemiş, bir puanlama yapamadığını belirtmiştir. Öğrencilerin girişimcilik konusunda bir bölümünün kendilerine güvendikleri görülmektedir. Kendilerine 7 ve üzeri puan veren öğrencilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir.

### **I.grup**

**1;** “7 puan... Çabuk sinirlendiğim, disiplinli olduğum için puan kırdım. Bir bilgi birikimim var ama yeterli değil”

**2;** “9 puan... 1 puanı şuradan kırdım. Bir bilgim var ama tam anlamıyla yeterli değil. ”

**3;** “ Halkla ilişkilerimin iyi olduğumu düşünüyorum. Yeniliklere açık biri olduğumu ve yeni faaliyet alanları açabileceğimi düşünüyorum. Reklamı iyi yaparım, krizi iyi yönetirim, parayı iyi kullanırım. Sermaye olursa yapabilirim. 10 puan veriyorum.”

**4;** “7 puan... Hayalimdeki iş olur.”

**7;** “Puanımın 7 veya 8 olduğunu düşünüyorum. Kırsal turizm konusunda ilgim olduğu için bilgi birikimimin de iyi olduğunu düşünüyorum. Para yönetiminde de kendimin iyi olduğunu düşünüyorum.”

**8;** “ Kendime 8,5 - 9 arası bir puan verirdim. Çünkü ister istemez eksiklerim olduğunu düşünüyorum. Yeniliklere açığım ama etrafımdakilere bu işi hemen kabul ettirebilir miyim bilmiyorum.”

## **II.grup;**

**A;** “9 puan veririm.”

**C;** “8... Bu işe girişmeden önce yapılabilecek bütün araştırma ve incelemeleri yaparım.”

**D;** “7...”

**F;** “10 puan veririm.”

**H;** “Hep kendi işimi kurmayı düşündüm. Bu işte hep en iyisini yapmayı isterdim. 9 puan...”

**X;** “Kendimi bir müteşebbis olarak değerlendirdiğimde 7 puan veririm.”

**Z;** “10 puan veriyorum. Çünkü yapacağım işi en iyi şekilde yapacağımı düşünüyorum.”

Girişimcilik konusunda kendisini düşük puanla değerlendiren beş öğrencinin (dördü birinci grupta), kırsal turizmden bağımsız olarak kendilerini girişimcilik alanında yeterli bulmadıkları anlaşılmaktadır.

## **I.grup;**

**5;** “Kendimi iyi bir girişimci olarak görmüyorum. O yüzden kendime puanım 0 – 1 ... Parasal yönden de idare edebileceğimi düşünmüyorum. Kırsalda yaşamak da istemem.”

**6;** “4 puan veririm.”

**11;** “6 puan... Esnaf kafası var bende. Ama ileride olabilir diye düşünüyorum.”

**12;** “Kırsal turizm girişiminin müteşebbisi olarak düşündüğümde kendime puanım 1'dir.Girişimci ruhum yok. İnsanlarla çok muhataplığım yok.”

## **II.grup;**

**G;** “6 puan...”

Bazı öğrencilerin verdikleri puanların bir anlamda böyle bir işe isteklilikle ilgili olduğu düşünülebilir. Nitekim, kendilerine düşük puan veren bazı öğrencilerin ifadelerinden, tutumlarının kırsal turizm alanında iş fikrine duydukları ilgisizlikle ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

## **I grup;**

**10;** “Puanım 6... Bilgi birikimimin ve işletmeyi ileri götürecek kapasitemin olmadığını düşünüyorum. Kırsal bir işletme olarak düşünürsek, kırsalda yaşamayı düşünmüyorum. Para yönetimimin iyi olmadığını düşünüyorum.”

## **II grup;**

**B;** “En iyi şekilde yapmaya çalışırım ama ilgi alanım değil. O yüzden puanım 5...”

**E;** “6... Yüklenen sorumluluk, stres ve işin caydırıcı özellikleri hevesimi kırabilir.”

**W;** “Kendimi kırsal turizm girişiminin müteşebbisi olarak düşündüğümde kendime bu konuda 7 puan verirdim. Çünkü bu işle ilgili olarak ara noktada olduğumu düşünüyorum.”

**Y;** “Yapılan işe ve çalışmaya göre değişir. 5 puan...”

#### 4.Sonuç

Kırsal turizm bugün kırsal kalkınma politikaları kapsamında kamunun elini üzerinde bulundurduğu ve ağırlığını koruması gereken bir alandır. Kırsalda turizm konusunda özel girişimciliğe açık faaliyet alanları söz konusuysen, bu alanların sermaye sahipleri ya da girişimcilik potansiyeli taşıyanların ne kadar ilgisini ve dikkatini çektiği belirsizdir. Lisans eğitimleri gereği bu alana yakın olan Ziraat Fakültesi öğrencileriyle yapılan Odak Grup Görüşmeleri yoluyla, bu konuya bir bakış açısı kazandırılmaya çalışılmıştır.

Sonuçlar, kırsal turizm kavramının öğrenciler için yeterince netleşmediğini ortaya koymaktadır. İfadelerden anlaşıldığı kadarıyla, kavramla ilgili var olan bilgi birikimleri, onları konuyu daha iyi öğrenmeye ya da araştırmaya çok fazla yönlendirmemiştir. Konu hakkında belirsizlikler yaşamalarına, bilgilerinden emin olmamalarına rağmen, bu durumu değiştirmek için genellikle bir çabaya girmedikleri anlaşılmaktadır. Öğrencilerin yaptıkları kırsal turizm tanımlamalarından, bu kavramın farklı öğrenciler için farklı yönleriyle anlam kazandığı sonucuna varılmaktadır.

Kırsal turizm bir girişimcilik alanı olarak bazı öğrencilerin ilgisini çekmektedir ve bu öğrenciler bu alanda başarılı olunabileceği inancını taşımaktadırlar. Bir kısım öğrenci ise ya girişimciliği kendisine uygun bulmamakta ya da kırsal alanda girişimcilik fikrine sıcak bakmamaktadır.

Kırsal turizm kırsal alan yaşayanları için alternatif bir kazanç alanı olarak ümit vaat ettiği gibi, müteşebbisler için de bir özel girişim alternatifi durumundadır. Eğitim alanları gereği bu alanı tanıyan Ziraat Fakültesi mezunları bu alanın müteşebbis adayları arasında düşünülebilir. Buldukları eğitim süreci içerisinde öğrencilerin kırsal turizm kavramı ile ilgili bilgi birikimlerinin zenginleştirilmesi, ilgilerinin uyandırılması, bu konuda araştırma eğilimlerinin artırılması, girişimcilik alanı olarak farkındalıklarının oluşturulması birçok açıdan önem taşımaktadır. Bu şekilde, ziraat mühendislerinin kırsal turizm alanında yer almaları sağlanabilir. Ziraat mühendislerinin birer girişimci olarak da hayata atılabilecekleri ve kırsal turizmin bir alternatif olabileceği konusunda bakış açıları geliştirilebilir. Bu kazanım, girişimcilik ruhunun yaygınlaşması açısından da önemlidir.

#### 5. Kaynaklar

Bojnc, S., 2010. Rural Tourism, Rural Economy Diversification, and Sustainable Development. *Academica Turistica* Year 3, No. 1–2, July 2010

Briedenhann, J. and Wickens, E. (2004). "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream?", *Tourism Management*, 25, ss.71–79.

Chatterjee S, Prasad DMV., 2019. The Evolution of Agri-Tourism practices in India: Some Success Stories. *Madridge J Agric Environ Sci*. 2019; 1(1): 19-25. doi: 10.18689/mjaes-1000104.

Clarke, J., 1996. Farm Accommodation and The Communication Mix. *Toursim Management*, 17 (8), Pages 611-616.

Çetin, İ., Üzümcü, T.P. ve İçöz, İ. 2017. Kırsal Alanlarda Sürdürülebilir Kırsal Turizm ve Kocaeli-Kandıra Kırsal Turizm Gelişimi Modeli. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 137-156.

Çıkmın A., Atçeken H. ve Uçar, M. 2009. Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları. *Tarım Ekonomisi Dergisi* 2009; 15(1) : 1 – 8.  
<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=61ad95a8-1ead-442c-8004-be5efe9ba792%40sdc-v-sessmgr01>

Çokluk Ö., Yılmaz K. ve Oğuz E. 2011. Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi. *Kuramsal Eğitimbilim*, 4 (1), 95-107.

Gibbs A. 1997. Focus groups. *Social Research Update*, Issue 19. <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU19.html> İndirme Tarihi: 15.05.2019

Kenebayeva A. S., How Do Rural Tourism Providers Exploit Opportunities? Insights from Kazakhstan. Original Articles: 2017 Vol: 21 Issue: 2, Print ISSN: 1099-9264; Online ISSN: 1939-4675. <https://www.abacademies.org/articles/how-do-rural-tourism-providers-exploit-opportunities-insights-from-kazakhstan-6567.html>

Kitzinger, J. 1995. Qualitative research: introducing focus groups. *British Medical Journal*, 311, 299–302.

Kumbhar, V. M., 2010. Agro-Tourism: A Cash Crop for Farmers in Maharashtra (India). MPRA Paper No. 25187, posted 21. Online at <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/25187/>

Nilsson, P.A., 2002. Staying on Farms- An Ideological Background, *Annals of Tourism Research*, 17 (8), Pages 7-24.