

Kırsal Kalkınmada Turizmin Araç Olmasına Paydaşların Etkisi: Muğla İçin Bir Model Önerisi¹ Veli ÇELİK²

Öz

Araştırma Makalesi

Kırsal alanların kalkınmasında kırsal turizm önemli bir araçtır. Dünyada bazı ülkeler kırsal alanların kalkınmasında kırsal turizmin bu yönünden faydalanırken; bu alanda önemli potansiyele sahip Muğla ili bu alanda yeterli gelişme gösterememiştir. Kırsal alanların kalkınmasında turizmin bir araç olabilmesi için turizm bilinç ve kültürü, koordinasyon ve sorumluluk üstlenme, fonların kullanılması ve uluslararası ilişkilerde ortak çalışma önemli unsurlardan bazılarıdır. Kırsal alanlardaki halkın daha fazla turistik ürün arzı ile oluşturacağı turist talebi sayesinde bu alanlara olan ilgiyi artıracaktır. Kırsal alanlarda oluşturulacak bu değişim ve gelişim de paydaşların disiplinli ve koordineli çalışmasını gerektireceği açıktır. Bu çalışmada kırsal turizmin kırsal alanın kalkınması için bir araç olmasında Muğla ilindeki turizm seyahat acentelerinin, ticaret ve sanayi odalarının, otelciler birliğinin, Fethiye turizm geliştirme vakfının ve yerelde 20 yıl ve üzeri yaşayan vatandaşların yaptıkları destek ve önemi araştırılmıştır. Fethiye, Marmaris ve Bodrum ilçelerindeki 101 adet turizm seyahat acentesinden anket, 5 adet Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı, Fethiye Turizm Geliştirme Vakfı Başkanı, 3 adet Otelciler Birliği Başkanı ve yerelde 20 yıl ve üzeri yaşayan vatandaşlardan da veriler mülakat ile elde edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre kırsal halkın turizm faaliyetlerine katılması için gerekli turizm bilgi ve bilincinden yoksun olduğu, bu bilginin verilmesini talep ettikleri ortaya çıkmıştır. Kırsal halkta yeterli düzeyde turizm bilgi ve bilincinin oluşmasına yönelik acentelerin yeterli katkısı yapamadığı, sivil toplum kuruluşlarının ise katkı yaptığı görülmüştür. Bu katkının daha verimli ve sürekli olabilmesi adına Muğla için bir model önerisi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Kalkınma, Model, Sivil Toplum Kuruluşları

The Effect of Stakeholders on Tourism in Rural Development: A Model Suggestion for Muğla

Abstract

Research Paper

Rural tourism is an important tool in the development of rural areas. While some countries in the world benefit from this aspect of rural tourism in the development of rural areas; Muğla province, which has an important potential in this field, could not show enough development in this area. In order for tourism to be a tool in the development of rural areas, tourism awareness and culture, coordination and responsibility, use of funds and joint work in international relations are some of the important elements. The people in rural areas will increase the interest in these areas thanks to the tourist demand that will be created by the supply of more touristic products. It is clear that this change and development to be created in rural areas will require disciplined and coordinated work of the stakeholders. In this study, the support and importance of tourism travel agencies, chambers of commerce and industry, hoteliers' association, Fethiye tourism development foundation and citizens living locally for 20 years or more in making rural tourism a tool for the development of rural areas were investigated. Surveys were obtained from 101 tourism travel agencies in Fethiye, Marmaris and Bodrum districts, 5 Chairman of the Chamber of Commerce and Industry, Chairman of Fethiye Tourism Development Foundation, 3 President of Hoteliers Union and citizens living locally for 20 years or more. According to the results of the study, it was revealed

¹ Bu makale Kırsal Kalkınmanın Sağlanmasında Turizmin Katkısı ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü: Muğla İçin Bir Model Önerisi adlı doktora tezinden üretilmiştir.

² Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürü (Emekli), velicelik@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-1033-0268

that the rural people lacked the necessary tourism knowledge and consciousness to participate in tourism activities, and they demand this information to be given. It was observed that the agencies could not make enough contribution towards the formation of sufficient level of tourism knowledge and awareness in the rural people, and non-governmental organizations contributed. A model proposal has been made for Muğla in order to make these contributions more efficient and continuous.

Keywords: Rural Development, Model, Non-Governmental Organizations

Makale Bilgileri / Article Info

Alındığı Tarih / Received 06.01.2021

Kabul tarihi / Accepted 25.06.2021

Giriş

Seyahat alternatiflerinin gelişmesi ile birlikte dünya genelinde turizme katılanların gittikçe artması öngörülmektedir. Bu öngörüye göre 2030 yılında 1,8 milyar kişinin turizm faaliyetlerine katılacağı ve 2,5 trilyon ABD Dolarından fazla harcama yapacağı umulmaktadır (Çeken, 2016: 44). Bu turizm hareketliliğinde Avrupa'nın turizm sektöründen alacağı pay azalırken, Asya ve Pasifik bölgesi ile Afrika ve Ortadoğu bölgelerinin pazar paylarında artış tahmin edilmektedir.

Eski turizm destinasyonlarının kaynaklarını özensiz ve aşırı kullanması sonucu gözden düşmesi ve dünyada yaşanan ekonomik değişimler, geleneksel turizm destinasyonlarına alternatif turizm destinasyonlarının oluşmasına neden olmaktadır. Bu yeni destinasyonların yıpranmamış kaynaklara sahip olması, bu bölgelerin turizm faaliyetine katılan turistler tarafından tercih sebebi olacağı tahmin edilmektedir (Çeken, 2016: 45).

Artan eğitim düzeyi, ulaşım imkânları ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi şehir hayatının sıkıntıları insanları yeni arayışlara sevk etmiş ve doğaya karşı özlemlerini artırmıştır. Günümüzde de bu ilginin bireylerdeki tarih bilincini artırması ile kültürel eserleri görmek istemeleri (Ahipaşaoğlu, 2006: 23) kırsal turizmin gelişmesi lehine olmaktadır.

Turizm, kırsal nüfusun kente göçünü önleme, kırsal halkta girişimcilik motivasyonunu geliştirme, yöre halkının ürünlerini değerlendirme, kadın işgücünü değerlendirme gibi özellikleri ile kırsal alanların sosyo-ekonomik gelişiminde önemli bir araç olarak görülebilir.

Turizmin kalkınma için araç olmasında önemli etkenlerden birisi yerel girişimcilerin, merkezi yönetimin ve merkezi yönetimin taşra kuruluşlarının, yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının yapılacak olan faaliyetlere katılımıdır. Özellikle kırsal bölgelerde oluşan örgütlerin gerek taleplerinin farklılığı gerekse dağınık yapıları veya herhangi bir diğer bölgesel/ulusal turizm organizasyonuna dahil olmaması kararlarının daha yerel, ya da bireysel olmasına ve sonuçta da verimsiz çalışmalarına neden olmaktadır. Bu durumda, turizm yönetimindeki başarı için ortaklıklar önerilmekte ve ekip çalışmasının önemli hale gelmesini ortaya çıkarmaktadır.

Kâr amacı gütmeyen, kamu yararına çalışan ve bireylerin gönüllü katılımı ile oluşmuş kuruluşlar olan sivil toplum kuruluşları (STK), yapılacak bu iş birliği ve çalışmalarda önemli role sahiptirler.

1. Kavramlar

1.1. Turizm, Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma

Turizm sosyal, politik, ekonomik, kültürel yönleri olan çok boyutlu bir sektör olması nedeni ile coğrafya, psikoloji, ekonomi dikkate alınarak farklı bakış açıları ile tanımlanabilir. Turizm, Dünya Turizm Örgütüne (WTO) göre bireylerin yaşadıkları çevrenin dışında bir yerde yirmi dört saatten az ve bir yıldan fazla kalmamak şartı ile eğlence, iş, sağlık, boş zaman ve spor gibi çeşitli amaçlarla gerçekleştirdiği faaliyetlerdir (Uçar vd., 2010: 1). Bir diğer tanıma göre turizm, geçici veya kalıcı gelir elde etmeye dönüşmemek kaydı ile konaklamalardan doğan ilişki ve olaylar olarak değerlendirilir (Toskay, 1989: 29). Faydalanıcılarına göre ise turizm; turist açısından eğlence ve deneyimi, turiste mal ve hizmet sağlayanlar açısından kar sağlama fırsatını, yerel idareciler açısından ev sahibi toplumun ekonomisine pozitif katkıyı ve yerel halk içinse istihdam fırsatını ifade etmektedir.

Turizm sektörü, bütünleşik hizmet kümesidir (Usta, 2008: 34). Çünkü turizm amaçlı seyahat edenler için doğrudan mal ve hizmet sunan işletmeler ile dolaylı ilişkisi bulunan belirli alanlarda faaliyet gösteren işletmelerden oluşur. Bu yapı da turizmi, çok yönlü bir şekilde ekonomik, sosyal, doğal çevre ve kültürel çevre ile sürekli iletişim halinde olmasını gerektirir.

Turizmde asıl aktör turisttir. Seyahati boyunca üretilen turistik ürünleri kullanarak hizmetler sektörüne dahil olmaktadır. Dar tanımı ile turistik ürün, turistin satın aldığı mal ve hizmetler toplamıdır. Bu ürün tek bir mal ve hizmetten oluşmayıp bir heterojen yapı oluşturmaktadır. Bu yapıya neden de turistin talebidir.

Turizm sektörü, günümüzde hem gelişmiş hem de az gelişmiş ülkeler açısından ekonomik anlamda fazla getiri ve istihdam sağlayan hizmet sektörünün bir alt dalı özelliğindedir. Turizmin gelişmesi ve sektördeki talep yoğunluğu birçok sektörün de gelişmesine neden olmaktadır. Bu nedenle turizm sektörünün gelişmesi bu sektörün doğrudan ve dolaylı olarak etkileşim içinde olduğu birçok sektörün de gelişmesine neden olmaktadır. Turizm sektörünün gelişmesi, turistik arz verilerinin çeşitliliğine ve turistik talepteki artışa bağlıdır.

Turizm talebi, turistin belli bir fiyattan satın almak istediği ürün ve hizmetlerin bütünü olarak ifade edilebilir (Bahar ve Kozak, 2008: 40). Bu talep akımı, turist gönderen ülke/bölgeden turistik arz potansiyeline sahip ülke/bölgeye doğrudur. Bu talep akımının devamlılığı turizm sektörünün gelişmesine neden olmaktadır. Burada önemli olan, turistlerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda mal ve hizmet üretmek ve beklentileri karşılamaktır. Bu beklentinin karşılanması ise turistik yörelerin sahip oldukları mal ve hizmet çeşitliliğine bağlıdır.

Kırsal alanların turizm bakımından taşıdığı anlam, şehir yerleşiminden uzak olan kırlara özgü doğal ve kültürel yapının korunduğu tenha ve yapaylıktan uzak kıyı turizm merkezleri dışında kalan alan olarak açıklanır (Küçükaltan, 2002: 152). Kırsal turizm, Dünya Turizm Örgütü (WTO) (2003: 3) ne göre, genel toplumsal eğilimlerden ve turizm hareketliliğinin yoğun olduğu yerlerden uzakta, kırsal çevre ve ev sahibi halk ile anlamlı ve samimi bir şekilde karşılıklı etkileşim içerisine girmek isteyen ziyaretçilerle ilişkili faaliyetler olarak tanımlanır. Avrupa birliğine (AB) göre kırsal turizm ise, kırsal alandaki tüm turizm faaliyetleri olup burada ki maksat yerel değerler, ya da, tarımsal faaliyetler ile iç içe bulunmak, hoşça zaman geçirmek ve turistlerin beklentilerini karşılayabilecek küçük işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetlerdir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 12). Bir başka görüşe göre de kırsal turizm, sadece tarıma dayalı bir turizm olmayıp özel ilgi tatilleri ve eko turizm, avcılık ve balık avlama, eğitim seyahati, sanat ve tarih turizmi ve bazı bölgelerde etnik turizm olarak ifade edilmiştir. Genel olarak kırsal turizm bir köy evinde, çiftlikte bir odada, ya da, ahşap bir dağ evinde konaklama yaparak o yöreye özgü etkinlikleri izlemek, katılmak suretiyle kırsal kültürle tanışmak, kaynaşmak ve böylece bir tatil geçirmek anlamına gelir (Sarı ve Karabulut, 2006: 718).

Turizmin bu türünün var olma sebebi insanlardaki bilinç düzeyinin artması, sıkıntılı bir hal alan şehir hayatı ve doğa özlemidir (Uçar vd., 2010: 5). İnsanlarda gelişen tarih bilinci ile kültürel eserlere duyulan ilginin artması da kırsal turizmin gelişmesine olumlu katkı yapmaktadır (Ahipaşaoğlu, 2006: 23).

Kırsal turizmin bir yöredeki gelişimi ile ilgili yapılması gerekenler bu sayılanlar olmakla birlikte, bu sayılanların zaman alacağı, bilgi gerektirdiği ve işbirliği yapmanın zorunlu olduğu açıktır.

Kırsal kalkınma kırsaldaki insanların kendi ihtiyaçları dışında daha fazlasını elde etme gayreti, ya da politika olarak kırsal alanlarda ekonomik büyümeyi teşvik eden, istihdamı sağlamayı hedefleyen, kırsalda yaşayan fertlerin hayat kalitesini iyileştirecek bir süreç olarak ifade edilebilir. Bir diğer şekilde kırsal kalkınma kırsal yerleşim alanlarındaki sosyal ve kültürel faaliyetlerin, ekonomik faaliyetlerin çevre ve sürdürülebilirlik çerçevesinde bölgedeki tüm insanların hayat şartlarının yükseltilmesi için geliştirilen politika ve planlar olarak ifade edilir (Bakırcı, 2007: 33).

Türkiye Ulusal Kırsal kalkınma Strateji Belgesinde kırsal kalkınma, kırsal alanda sürdürülebilir doğal kaynak kullanımını, kırsalda hayat standardını yükselterek bölgeler arası gelişmişlik farkının azaltılması olarak tanımlamıştır (DPT, 2003: 3).

Bazı kaynaklarda da kırsal kalkınma köy kalkınması, tarımsal kalkınma, ya da toplumsal kalkınma olarak ele alınmaktadır. Tarım, kırsal alanlardakiler için gelir kaynağı ise de kırsal kalkınma ile karıştırılmaması gerekmektedir. Çünkü tarım kırsal alanlar için sadece ekonomik anlam içermektedir. Oysa kırsal kalkınma sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal, kültürel bakımdan da gelişme anlamı taşımaktadır.

Küreselleşen dünyada kırsal kalkınma, kırsalın kalkınmasından kırsalın rekabetçiliğini artırmaya yönelik bölgesel aktörlerin, yerel sanayinin, araştırma kuruluşlarının, sivil toplum kuruluşlarının ve yerel yönetimlerin başı çektiği yenilikçi ve sürdürülebilir rekabetçilik temelli bir kalkınma sorununa dönüşmüştür (Yıldız, 2014: 12).

Kırsal yapının karmaşıklığı buraların kalkınması için benimsenecek strateji ve yaklaşımları önemli kılar (Tolunay ve Akyol, 2006:123). Kırsal gelişim stratejileri olarak teknolojik strateji, yapısal strateji ve reformist strateji uygulamalarından bahsedilebilir. Teknolojik stratejide teknoloji kullanılarak bilgi ve becerinin artırılması ile bakış açısı değiştirilmesi sağlanırken, yapısal stratejide ise kırsal alanda sosyal, siyasal ve ekonomik ilişkilerin olumsuz sonuçları ortaya konularak bu olumsuzlukları giderecek hareket tarzı ile gelişme çalışmaları yapılır. Reformist stratejide ise, kırsal kesimdeki vatandaşların uygulanan çalışmalarda etkin rol alması sağlanabilir (Tolunay ve Akyol, 2006:123).

Kırsal gelişim yaklaşımları olarak da tarımsal gelişim, tarımsal sanayi ve kırsal turizmden bahsedilir. Tarımsal gelişim yaklaşımında tarımsal üretimi artırarak kırsal alanlarda gelişim sağlama çalışması yapılırken, tarımsal sanayi ile gelişim çalışmalarında kırsal ürünleri işleyip değerlendirecek yapılar ile kırsal gelişim çalışmaları yapılır. Kırsal turizm yaklaşımında ise, kırsal alanda diğer üretim alanlarına kırsal turizmde eklenmesi ile turizmden sağlanacak gelir ile ekonomik ve sosyo-kültürel gelişim sağlanması amaçlanır (Akça vd., 2001: 4).

Türkiye’de bazı kırsal kalkınma modelleri uygulanmıştır. Örnek köy modeli ile sağlanan hizmetlerde eşgüdüm sağlanarak çevre köylerin de bu hizmetten faydalanması ve diğer çalışmalara model olması amaçlanır (Keleş, 2006:208). Bu uygulamada, fiziki yapıların zemin de olmasına rağmen halkın katılımı olmadığı, sosyo-ekonomik örgütlenmenin yetersizliği, halkın projeyi benimsemediği için başarısız olduğu ve halkın alıştığı düzeni sürdürdüğü görülmüştür (Gür, 2001: 35). Merkez köy modeli gelişim çalışması yerleşim alanlarının çokluğu nedeniyle hizmet maliyetlerini karşılamamanın mümkün olmadığından dolayı seçilir. Modelde nüfus bakımından yoğun olan yerleşim yeri hizmet merkezi olarak seçilir ve pazar yeri, aşı evi, karakol ve PTT gibi bazı hizmet alanları bakımından geliştirilir ve diğer kırsal alanların buradan gelişme sağlanması umulur (Akçi, 2015:120). Bu çalışmada, kırsal nüfusun geçinecek üretim miktarı ve gelire sahip olmaması ve modelin gelir artırıcı çalışmayı içermemesi nedeni ile başarısız olur (Akin, 2015: 82). Köy-kent uygulamasında ise merkez köyün sanayi ile donatılması hedeflenmiş fakat iktidar değişikliği nedeni ile başarısız olmuştur (Tütengil, 1983: 14). Tarım-kent modelinde ise kırsal gelişim 8-10 köye hizmet verecek bir merkez köyde sanayi sektörünün etkinleştirilmesi hedef alınmıştır. Fakat bu modelde hayata geçirilememiştir.

Kırsal kalkınma çalışmalarının başarısız uygulamalarında ana etken kırsal nüfusun kapasite ve beceri eksikliğidir. Çalışmalarda buna yönelik yatırımlar ya yok ya da yetersizdir.

Bu da kırsal alanlardaki halkın sahip olduğu, olacağı bilgi ve beceri ile rekabet edebilir hale getirilmesini zorunlu hale getirmektedir.

Dünya genelinde yaygınlık göstermekle birlikte Akdeniz ülkelerinde kırsal turizm, kırsal kalkınmanın önemli unsuru olarak görülmektedir. Dünyada kırsal turizm tüm turizm alanlarındaki aktivitenin %10-20'sini oluşturmaktadır (Uçar vd., 2010: 20) iken, Türkiye'de kırsal turizm alanları bilgisizlik, ilgisizlik, tanıtım noksanlığı ve yetersiz girişimcilik nedeniyle ya verimsiz olarak değerlendiriliyor ya da hiç değerlendirilmemekte ve sonuçta da kırsal alanlar verimsiz, göç veren alanlar olarak kalmaktadır (Uçar vd., 2010: 30, Tuna, 2016). Bu da özellikle Akdeniz ülkeleri içerisinde Türkiye'nin önemli kırsal turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen istenilen seviyeye ulaşamadığını göstermektedir. Bunun nedenleri olarak koordinasyon eksikliği, devlet sivil toplum kuruluşları ve halkın iş birliğindeki isteksizliği ve eksikliği görülmektedir (Aydın ve Selvi, 2012: 146).

Hâlbuki Turizm, kırsal alanların gelişmesi sürecinde önemli değişim sağlayabilecek araçlardan biridir. Elde edilen turizm gelirleri ile kalkınma sağlanabilir, dış göç engellenebilir, mesleki gelişme ve farklılaşma sağlanabilir, girişimcilik gelişebilir (Bal, 1995: 25).

1.2. Sosyal Sermaye ve Turizm

Araştırmacılar tarafından sosyal sermayeye araştırma konusuna göre yaklaşmış, yorumlanmış ve dolayısı ile konusuna göre birden fazla sosyal sermaye tanımı ortaya çıkmış ve toplumu olumsuz etkileyen sorunların çözümünde önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal sermaye, sosyal organizasyonun güven, normlar ve ilişki ağları gibi özellikleri olarak tanımlanır ve bu özellikler karşılıklı fayda sağlamak için faaliyetleri kolaylaştırır, iş birliğini sağlar ve toplumun etkinliğini artırır (Putnam, 1993: 5). Bir başka tanımda ise sosyal sermaye, paylaşılan hedeflere verimli bir şekilde zamanında ulaşmak için birlikte hareket etmeyi sağlayan güven, norm ve ilişki ağlarının şekillendirdiği sosyal hayatın özelliği olarak tanımlanmıştır (Putnam, 1995: 4). Dünya bankası da sosyal sermayeyi doğal sermaye ile başlayan fiziksel ve beşerî sermayeden geçerek hareket eden bir ilerlemenin nihai neticesi olarak ifade etmektedir (Kitapçı, 2017: 23).

Sosyal sermaye, sosyal organizasyonların yapısında güvenin, normların ve ağların olması ile bu organizasyonların verimliliğinin artmasıdır (Putnam, 1993: 167). Böylece bireylerin ortak hedeflere ulaşmada etkili ve ortaklaşa hareket ederek (Putnam, 1995: 664) başarılacak zor hedefler daha düşük maliyetler ile başarılabilir (Coleman, 1990: 304).

Bireyin sosyal sermayeye sahip olması onun diğer insanlar ile ilişkili olmasını gerektirmekte olup (Kitapçı, 2017: 27) sosyal sermayenin insani sermayelerine bilgi, vasıf vb. yansıyarak sosyo-ekonomik dezavantajların dengelenmesine yardımcı olduğu görülmüştür (Field, 2008: 66). Kısaca sosyal

sermaye, bireyin paylaşılan hedeflere ulaşmada birlikte çalışma, beceri ve potansiyeli olarak da ifade edilebilir.

Sosyal sermayenin bireyler arasındaki ilişkileri düzenlediği, yönettiği, sosyo-ekonomik gelişmeye katkı yapan ilişkiler, davranışlar ve kurumlar olduğu değerlendirilebilir. Sosyal sermaye bu haliyle fiziki sermaye ve beşerî sermayeye yapılan yatırımların faydasını artırır.

Sosyal sermaye bir kaynaktır. Bu nedenle gelecek beklentilerin gerçekleştirilebilmesi için yatırım yapılır. Bireyler, çevreleri ile ilişki kurmak sureti ile bilgi, güç ve kimliklerini kazanır, sosyal sermayelerini artırabilirler. Bu yolla toplumdaki aktörlerin de sosyal sermayelerini artırmak sureti ile kolektif kimlik kazanmalarına ve kolektif hareket için kapasitenin artmasına neden olurlar.

Sosyal sermayenin kaynakları sivil toplum kuruluşları, aile, özel ve kamu sektörü kurumları ve diğer sosyal gruplar görülebilir.

Günümüzde kırsal alanların yapısı statik bir alan olmaktan çıkmış ve dinamik bir alan olmuştur. Bu durumda da sosyal ilişkiler hem ekonomik sonuçları etkilemekte hem de etkilenmekte, enformel örgütlenme yapıları ekonomik faaliyetlerin verimliliğini artırabilmekte, uygun sosyal ilişki ve kurumlar pozitif dışsallıklara sahip olmaktadır. Böylece kişiler arası bağlantılar kaçınılmaz bir hal almıştır. Kişiler arası bağlantılar ve ortak proje üretme becerisi kazanma önemli olmuştur. Bu değişimin sonunda da sosyal sermaye kırsal kalkınmanın önemli ögesi durumuna gelmiştir.

Kırsal turizm kapsamında sosyal sermaye değerlendirildiğinde, kırsal alanlarda sürdürülebilir kalkınma için karşılaşılan problemlere çözüm üretmede sosyal sermaye merkezi bir rol almıştır (Jones, 2005: 307). Kırsal turizm alanlarında karşılaşılan toplumsal çatışmaların yönetiminde sosyal sermayenin iş birliği, güven, normlar ve sosyal ağlar bileşenlerinin yardımcı olabileceği ifade edilmektedir. Sosyal sermaye turizmin sosyal yönlerini anlamaya ve değerlendirmeye katkı yapan önemli bir kriterdir.

1.3. Sivil toplum Kuruluşlarının Tanımı ve Fonksiyonları

Sivil toplum kuruluşları tanım çokluğu ve çeşitliliğine karşın kamu yararına çalışan, demokrasinin gelişimine katkı sunan, kar amacı taşımayan, devletten ayrı hareket kabiliyeti olan, kamuoyu oluşturup kamu politikalarına yön verebilen ve gönüllülük esasına göre oluşan kuruluşlar olarak tanımlanabilir (Tosun, 2007: 5).

Sivil toplum kuruluşları sivil toplum kuruluşu olabilme gereklerini toplum yararına çalışma, kâr amacı gütmeme, hükümetten, kamudan ve siyasi partilerden bağımsız olma ve merkezi otorite ile vatandaş arasında arabuluculuk görevi yaparak yerine getirmektedir.

Günümüzde ise en önemli fonksiyonları çevre, kalkınma ve demokrasinin desteklenmesi olarak ifade edilebilir. Özellikle kalkınmaya ilişkin konularda sivil

toplum ağları oluşturarak doğrudan kalkınmaya katkısı olmasa da dolaylı olarak sosyal sermayenin oluşmasına katkı sunarak pozitif bir dışsallık yaratmakta ve böylelikle gelecek süreçte dışarıdan yardım almadan insanların yaşayabilmelerini sağlamaktadır (Fowler, 2000a: 12).

Turizmin kalkınma aracı olarak kullanılmasında sivil toplum kuruluşlarının rolleri ise: Turizm planlarında kırsal kalkınmaya yönelik turizmin teşvik edilmesi, kırsal kalkınma yanlısı turizm uygulamalarında paydaşlar arasında aracılık yapılması, kırsal kalkınmaya yönelik turizm uygulamalarında paydaşların organize edilmesi, özel sektör ve zayıf tedarikçiler arasında bağlantının kolaylaştırılması, kırsal alandaki insanlara karşı eğitim ve teknik desteğin sağlanması, turizm işletmelerinin hedeflerine toplumun hedeflerinin entegre edilmesinin sağlanması, alternatif bakış açılarının geliştirilmesi, rollerin belirlenmesinde yardımın sağlanması, şeffaf bir süreç oluşumunun desteklenmesi, toplum ve diğer paydaşlar için eğitim verilmesinin sağlanması, politik süreçlerde kırsal halkın seslerinin artırılması ve sivil toplum kuruluşlarının, sosyal sermayeyi beslemeleridir (Hausler, 2011: 26).

1.4. Kırsal Alan ve Özellikleri

Avrupa Birliği ve Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü metinlerinde kırsal alan, nüfus yoğunluğunun kilometrekareye 150 kişiden az olan yerlere denilmektedir. Türkiye’de ise kırsal alan nüfusu 20.000’den az olan il, ilçe merkezleri ve belde ile köyler olarak tanımlanmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2007-2013: 13). 2014 yılında çıkan 6360 sayılı büyük şehir yasası ile büyük şehir olan illerde il sınırları içindeki köy yerleşim yerleri mahalleye çevrilmiştir.

Bu alanlarda ekonomik ve kültürel değişim çok yavaş ve zordur. Yaşam biçimi gelenekler ve töreler tarafından şekillendirilir. Bireyler arası ilişkilerde samimiyet dominanttır (DPT, 2006: 6). İşletmelerin küçük ve ekonomik düzenlemeden mahrum oluşu, ücretlerin düşüklüğü, örgütsüz oluşları kırsal alanların diğer özellikleri olarak ifade edilebilir (Lowe vd., 1998: 12). Bu özelliklerde, bu alanların verimsiz olmasını ve sonuçta da buradaki çalışabilir genç nüfusun kentlere göç etmesine neden olmakta, kırsal alanlarda kalan yaşlı nüfusun da hizmet sunumu ya hiç olmamakta ya da yetersiz olmaktadır (Talay vd., 2004: 13).

Kırsal alanda yaşayanların turizmden fayda elde etmeleri sektöre ekonomik olarak katılmalarına ve katılma şekillerine bağlıdır. Kırsal alandaki halkın turizme katılımını engelleyen faktörlerin başında insan sermayesinin ve mali yapılarının zayıflığı gelmektedir. Bunlarla birlikte sosyal sermaye gücünün zayıflığı, cinsiyet, turizme katılma isteği, mevcut geçim stratejileri, turizme katılma istekleri arasındaki uyumsuzluk, toprak mülkiyeti ve kullanma hakkı, planlama, yönetmelik ve bürokrasi, turizm segmenti ve turist tipi gibi nedenlerde katılmayı engelleyen faktörler olarak değerlendirilebilir (Ashley vd., 2000: 3).

Halbuki yapılan planlı çalışmalar ile kırsal alandaki halkın sosyal sermaye dinamiklerine ve organizasyon gücüne erişimi sağlandığında turizm faaliyetlerine katıldığı görülmüştür (Ashley vd., 2000: 2).

Yerel kendi potansiyeli, imkânları ve birikimleri ile var olma mücadelesi veren yerdir (Eraydın, 2004: 126). Yerelde sosyal sermayenin desteklenmesi, yerel halkın faaliyetlere katılımının sağlanması ve sosyal faaliyetlerin desteklenmesi yerel halkın bu mücadelesine destektir.

1.5. Paydaş Yönetimi

Turizmin sürdürülebilirliği için paydaşların destek ve katılımı önemlidir (Akış, 1999: 45). Çünkü turizm bir kaynak (insan, doğa ve soso-kültürel) tüketim olgusudur. Turizmin bu özelliği de paydaşları birer anahtar oyuncu durumuna getirir. Bu anahtar oyuncuların planlamacı, geliştirici, yatırımcı ve organizatör olarak seçilmelerinde ve yönetilmelerinde dikkatli davranılmalıdır.

Paydaş yönetimi, paydaş taleplerini alıp paydaşların bir strateji oluşturmasına yardımcı olma hali olarak ifade edilebilir (Ertuğrul, 2008: 199-223). Bu süreç iletişim ve birlikteliklerin oluşması bölümü, iç ve dış paydaşların hedefle uyumlaştırıldığı operasyon bölümü ve paydaşların aralarındaki işlemlerin analiz bölümünden oluşmaktadır.

Paydaşlar arasındaki gücün dağılımındaki dengesizlik, ortak hareket etme başarısının zayıflamasına neden olmakta (Reed, 1997: 568) ve paydaş yönetiminde zaafa neden olmaktadır. Bölgemizde de güç ilişkilerinde benzer problemlerin var olduğu gözlemlenmektedir. Planlama çalışmalarında akademik bilgiye sahip kuruluşların plan uygulayıcı kuruluşlara verdiği rol/güç, sadece yapılan toplantıya katılmakla sınırlıdır. Özellikle yerel idarelerin, sivil toplum kuruluşlarının planı kimin uyguladığı ve planların neleri kapsadığı konularında sahip oldukları bilgiler oldukça sınırlı kalmaktadır.

Kırsal turizm paydaşları turizm endüstrisi, hükümet, toplum ve sivil toplum kuruluşları olarak değerlendirilebilir. Hükümet kültürel değerlerin korunması, tekrar kullanılması için özendirici çalışmalar yaparken, özel sektör paydaşları da turizm pazarı kapasitesini tayin etme, cazibe merkezleri oluşturma çalışmaları ile öne çıkmaktadır. Sivil toplum kuruluşları ise finansal destek sağlama, turizm değerlerinin koruma ve kullanılmasına yardımcı olma konusunda öne çıkarken, yerel halk/toplum ise kültürel değerlerin turizm amaçlı geliştirilmesinde turizme katkı sunabilecek önemli bir paydaş olarak görülmektedir.

Turizm destinasyonlarında başarılı olabilmek için bürokratik, koordinasyon, yerel destek, altyapı desteği ve finansal destek sağlanmalıdır. Bunları sağlayan paydaşlar ise valilikler, belediyeler, il kamu kurumları, ilçe yöneticileri, üniversiteler, ticaret odaları, sivil toplum kuruluşları, konaklama tesisleri, seyahat acenteleridir (Semerciöz, vd., 2008: 95)

Bir başka destinasyon organizasyonunda paydaşlar ise şu şekilde kümelenmektedir (Çıracı, vd., 2008: 100). Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı ile İç İşleri Bakanlığı merkezi paydaşlardır. Valilik, Büyük Şehir Belediyesi, İl Kültür ve turizm Müdürlükleri, Kaymakamlıklar ve Muhtarlar yereldeki merkezi paydaşlar olarak, ilgili meslek odaları, İlgili vakıf ve dernekler ile sanayi ve ticaret odaları sivil toplum kuruluşları olarak, yatırımcılar ve özel sektör kuruluşları da girişimci paydaşlar yer almaktadır.

Kırsal alanlarda altyapı olmadığı sürece kırsal turizm projelerinin sürdürülebilirliğinden ve kalitesinden söz etmek olası değildir. Bu nedenle kamu sektörü, bu altyapı projelerini uygulayan sektör olduğu için koordinatör/başat sektör olarak ifade edilebilir. Bununla birlikte yerel ekonominin çeşitlenmesi, istihdamın yaratılması ve yerelde girişimciliğin gelişmesi yerel otoritelerin kırsal turizme verdiği desteğe bağlıdır.

Turizmde paydaşlar turizme yön verme davranışları ile ortaya çıkarlar. Düşük toplum katılımı ve kazanç dağıtımındaki adaletsizlik yeterli faydalanmayı engelleyen unsur olup kırsal turizmin başarısında önemli engel olarak görülmektedir. Bu nedenle paydaş problemlerinin doğru tespiti ve çözümü kırsal turizmin başarısında esas nokta olmaktadır.

Kırsal turizm kırsal alanlar için ekonomik alternatif olmasına karşın, kırsal halk tarafından hep ikincil faaliyet olarak değerlendirilmektedir. Kırsal alanların bu fırsattan yeterince faydalanması ve ekonomisini güçlendirmesi entegrasyona, tüm değişkenlerin bütünsel bir yapıda görülmesine ve sağlıklı bir genellemeye bağlıdır (Gürüz ve Gürel, 2006: 97). Toplumun ekonomik yapısını iyileştirecek politikaların üretilmesinde, turizmle ilgili kamu hizmetlerinin yönetilmesinde ve turizmin kim tarafından nasıl yönetileceği konusunda ana paydaş olarak sivil toplum kuruluşları ve ticaret odaları görülmektedir.

Yönetişim, toplumsal problemlerin çözümünde tüm aktörlerin (kamu, Özel Sektör ve STK'ların) yer aldığı karşılıklı etkileşimlerdir. Yönetişimde esas aktörlerin her şeyi kendilerinin yapması yerine diğer aktörlerinde dahil olduğu ortaklık anlayışıdır. Böylelikle kaynaklardaki dağılım daha eşitlikçi olmaktadır (Beyhan, 2008: 59). Yerel de müşterek hareketlerin formüle edilmesi ve yürütülmesi, geniş katılım, sağlanmaktadır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014) çalışmasında da yönetişime vurgu şu şekildedir: “Türkiye Turizm Stratejisi, turizm sektöründe, kamu ve özel sektörün yönetim ilkesi çerçevesinde iş birliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışmadır. Katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi ve Eylem Planı ile üretim, yönetim ve uygulama süreçlerinde sektörün önüne bir yol haritası konularak yönlendirilmesi temel amaç olarak kabul edilmiştir.”

İyi bir yönetişimde iş birliği önemli olmakta, tüm aktörlerin sorumluluk alması öngörülmekte ve kendi alanlarında çözüme katkı sunmaları beklenmektedir (Çıracı vd., 2008. 92). Çözülmesi gereken probleme odaklanmak, ilgili gruplarla diyalog kurmak önemli olup bu süreçte ortaya çıkabilecek görüş farklılıkları yönetişim uygulamalarının başarısızlığı ile sonlanmasına neden olacaktır.

Yönetişim uygulamalarında özel sektör düzeyinde toplumun örgütsüz yapısı ve yerel yönetimlerin zayıflığı bir dezavantaj iken, kamu boyutunda ise yönetimin merkezî yapısı, siyasi istikrarsızlık, siyasi kutuplaşma, yapılacak değişimin maliyetinin boyutu, toplumun tutucu yapısı, bir ideolojiye bağlılık, idarecilerin tutumu, belirsizlik korkusu, değişimi anlamsız görme dezavantaj olarak ortaya çıkmaktadır.

Turizmde sağlıklı bir gelişme ve yönetim için kurumların şeffaf olması ile politikaların vatandaşların ihtiyaçları ile örtüşmesi, turizmi hedef alan kapsayıcı bir yolun olması ve kamu, özel sektör ve sivil toplumun katılımına izin veren bir yönetim anlayışının olması gerekmektedir.

Kırsal turizmin üretim ve tüketiminde belirli yerlere ait özellikler, yerellik yer alır. Kırsal turizmde esas yerellik özelliğinin sermayeleştirilmesi, bu özelliklerin tanıtılması ve pazarlanmasıdır. Bu süreçte, yerel üreticilerin kendi içlerindeki ve turist pazarlarındaki ilişkilerinin performansı kırsal turizmin başarısında anahtar rolündedir.

Kırsal turizm açısından devletin, yerel aktörlerin ve yerel halkın birlikte karar verebileceği organizasyon oluşturması önemlidir. Bir bölgede kırsal turizm planlamadan önce var olan bitkisel ve hayvansal üretimin boyutu nedir ve nasıl bir evreye gidecek, kırsal turizmi kimler sevk ve idare edecek, turistik ürünlerin kalite ve kontrolünün nasıl olacağı; konaklama ve diğer hizmet kuruluşlarına ait organizasyonları, sivil inisiyatif ve bölgesel ve ulusal birliklerin işbirliği hesap edilmelidir.

Öğrenen turizm bölgesi, bir destinasyon içinde yer alan ve küçük çaptaki girişimcilerin performanslarının geliştirme çalışmalarının yapıldığı yerdir. Bu tür bölgeler ürün ve hizmet kalitesinin artırılması bakımından, bölgenin tanıtımı açısından, yenilikçi bakış ile bölgenin rekabetine pozitif katkı sunması bakımından ve muhtemel uluslararası değişimlere veya olumsuzluklara uygun çözüm geliştirme bakımından önem taşımaktadır (Önal vd., 2006: 73).

Bölgesel öğrenme merkezlerinin paydaşları olarak yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, öğrenme merkezleri ve çeşitli gelişim organizasyonları sayılabilir. Burada ana amaç beşerî sermayenin geliştirilmesidir. Bu çalışma buradaki halkın bölge için etkin olmasının sağlanması, ağa dahil olması ve bölge düzeyinde gelişiminin tamamlanması için gereklidir.

Öğrenme süreci Avrupa Komisyonu (EC) (2004: 20) öğrenme piramidine göre vatandaş, takım, organizasyon, ağ, toplum ve bölge olarak belirtilmiştir. Burada öğrenen vatandaşlar ile öğrenen bölge meydana getirmek amaçlanmıştır.

Beşerî sermayenin turizm amaçlı gelişiminde verilecek eğitimler ise şunlardır: Genel yetenek eğitimlerinde yazılı iletişim, insan ilişkileri, eleştirel düşünme, problem tanımlama ve çözme becerileri geliştirme, bilgisayar kullanma bilgisi ve becerisi geliştirme, yabancı dil bilgisi geliştirmedir. İş becerileri konusunda da yönetim, pazarlama, muhasebe, finans, hukuk, ekonomi konularında eğitim verilmelidir. Turizm konusunda ise turizm planlaması, turizm araştırmaları, bilgisayarın turizm alanında kullanım becerisi kazandırılması, konaklama işletmeciliğinde teknik bilgi, turizmde dağıtım sistemi, seyahat endüstrisi konularında eğitimler verilmelidir. İnterdisipliner çalışmada ise çeşitliliğin öneminin kavranması, etikler ve kültürel değerler konularında, çevre ve sosyal sorumluluk konularında, yerellik konularında ve hayat boyu öğrenme konularında eğitim verilerek yereldeki beşerî sermaye güçlendirilmeye çalışılmalıdır.

Buradaki başarı paydaşların tespitinde ve çalışma gruplarının oluşturulmasında gösterilecek dikkat ve titizliğe bağlıdır. Bununla birlikte grupların değişen görüşlerinin de devamlı olarak takip edilmesi gerekmektedir (Önal vd., 2006: 79).

Paydaşların değerlendirilmesine kırsal turizm açısından bakılırsa: Bir bölgede sürdürülebilir bir turizm için paydaşların doğru tespiti hayati önemdedir. Paydaşların her konuda desteği ve katılımı gerekli olmakla birlikte çevre, planlama, yönetim ve pazarlama konularındaki katkıları daha öne çıkmaktadır.

Paydaşların katılımı ile kırsal turizm bölgelerinde turizmde farkındalık oluşturma, organizasyonel yapıyı oluşturma, turistik ürün geliştirme ve turistik ürün pazarlama konularında başarı elde edilebilir.

Kırsal turizm alanlarında kamusal paydaşlar kültürel değerleri koruyarak, toplumsal kurumlar (STK'lar) turizm bakımından bölgedeki önemli değerlerin kullanımında gerekli titizliği, (koruma – kullanma dengesi içinde), göstererek, kırsaldaki işletmeler turizm pazarı kapasitesini tespit ederek cazibe merkezlerinin oluşumuna katkı vererek ve yerel halk ise kültürel değerlerin turizm amaçlı gelişimine katkı vererek katkı sunabilirler.

Turizmin paydaşları arasında yer alan sivil toplum kuruluşları, yerelde turizmin ve kamu hizmetlerinin yönetilmesinde, yerelde turizmin gelişmesinde ve yerel halkın turizme katılmasında önemli aktör olarak değerlendirilebilir.

2. Araştırmanın Yöntemi

2.1. Araştırmanın Amacı

Bilinç düzeyi ve iletişim teknolojilerinin artması insanları turizm hareketliliğinde farklı alanlara, kırsala, yönlendirmiştir. Muğla, kırsal turizm faaliyetleri bakımından önemli potansiyele sahiptir. Bu durum Uçar vd. (2010) tarafından ‘‘Fethiye İlçesinde Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma’’ çalışmalarında, yine, Tuna'nın (2015) Milas –Bafa Gölü ve Çevresinde Toplum Destekli Ekoturizm Faaliyetlerinin Belirlenmesi çalışmasında da ifade edilmektedir. Ancak; bahsedilen

çalışmalarda da ifade edildiği gibi, bu potansiyel kullanılıp istenilen yere ulaşamamıştır. Kullanılmayan potansiyelin kullanılmasında çeşitli kurumların, kuruluşların çalışmalarına, örgütlenme ve yerel halkın turizm faaliyetlerine katılmasının (Aydın ve Selvi, 2012: 149) gerekli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu nokta da sivil toplum kuruluşları, faaliyetleri açısından önemli bir yer tutmaktadır.

Araştırmanın konusu, Muğla'da turizm alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları ve seyahat acentelerinin, kırsal halkın turizm faaliyetlerine katılımı yönündeki tutum değişikliklerindeki rollerinin tespit edilmesidir.

2.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Veri Toplama

Araştırmanın evrenini Muğla ilinde sivil toplum kuruluşu olan Ticaret ve Sanayi Odaları, Turizmde faaliyet gösteren seyahat acenteleri ve kırsalda, özellikle sahil bağlantısı olan köylerde en az 20 yıldır ikamet eden kişiler ve Fethiye Otelciler Birliği (FETOP), Marmaris Güney Ege Otelciler Birliği (GETOP) ile Bodrum Otelciler Birliği (BODER) ve Fethiye Turizm ve Kalkınma Vakfı (FETAV) oluşturmaktadır.

Muğla ilinde 579 merkez acente, 162 şube olmak üzere toplam 741 acente, beş adet Sanayi ve Ticaret Odası, üç adet otelciler birliği vardır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016).

Çalışmada tasarruf için araştırmacının önceki bilgi, deneyim ve gözlemlerinden hareketle araştırmanın amacına uygun olarak belirlenen (Ural ve Kılıç, 2013: 43) evreni temsil yeteneğine sahip örnekleme alma yoluna gidilmiştir. Bu sonuca göre beş adet Ticaret ve Sanayi Odasına, üç adet otelciler birliğine, Fethiye Turizm ve Kalkınma Vakfına, ildeki acenteleri temsil edebileceği varsayılan 101 adet seyahat acentesine ve dört değişik köyde en az 20 yıl ve üzeri ikamet etmekte olan 42 adet kanaat önderi niteliğinde kişiye ulaşılmıştır.

2.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın nitel verileri Muğla'da faaliyet gösteren beş Ticaret ve Sanayi Odası başkanı ile üç otelciler birliği başkanından (FETOB, GETOB, BODER) mülakat tekniği ile toplanmıştır. Ayrıca, turizm birlikleri olarak faaliyet gösteren bir sivil toplum kuruluşundan da (FETAV) mülakat tekniği ile veri toplanmıştır. Araştırma sorunsalına daha açıklayıcı yanıt bulabilmek için 101 seyahat acentesi yöneticisinden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Kırsal alanda yaşayanların konuya ilişkin yaklaşımlarını belirleyebilmek için ise, dört değişik köyde 20 yıl üzerinde ikamet etmiş olan toplam 42 köy sakini ile mülakat yapılmıştır.

Araştırmanın örneklem grupları için üç tane farklı ölçüm aracı kullanılmıştır. Araştırmaya katılan 101 adet seyahat acentesi için 5'li likert ölçeği (1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) ile sorulan 60 ifadeli bir ölçüm aracı kullanılmıştır. Bu 60 ifadeli ölçüm aracı ile kırsal turizme ilişkin turizm seyahat acentelerinin tutumları ve kırsal turizme katkılarının nasıl değerlendirdikleri ölçülmeye çalışılmıştır. Ayrıca seyahat

acenteleri için kullanılan veri toplama aracında katılımcıların demografik özelliklerini değerlendirmek için altı adet soru da sorulmuştur.

Araştırmada veri toplanan diğer örneklem grup ise sivil toplum kuruluşlarıdır. Bu kapsamda dokuz sivil toplum kuruluşunun yönetim kurulu başkanları araştırmaya katılmışlardır. Bu katılımcılarla mülakatlar açık uçlu sorulardan oluşan bir mülakat formu ile yürütülmüştür. Mülakat formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm sekiz sorudan oluşan demografik özelliklerin tespitine yönelik sorulardır. Diğer bölüm ise kırsal turizmin önemine ilişkin 16 açık uçlu sorudan oluşmaktadır.

Araştırmada veri toplanan son örneklem grup ise kırsalda 20 yıl ve üzeri yaşayan vatandaşlardan oluşmaktadır. Bu katılımcılar ile hazırlanan mülakat formunun birinci bölümünde demografik özelliklerini tayine çalışan sorular, ikinci bölümde ise 10 adet açık uçlu soru ile kırsal turizme ilişkin bilişsel ve duygusal tutumları tespit edilmeye çalışılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi ve Güvenilirlik

Araştırma verileri SPSS programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Çalışmamızda, analiz sonucu elde edilen Cronbach alfa katsayısı 0,921 bulunmuş olup 1 değerine çok yakındır. Cronbach alfa katsayısı 1 değerine yaklaştıkça güvenilirlik düzeyi artmaktadır (Özdamar, 2002: 663; Balcı, 2001: 114).

3. Bulgular

3.1. Araştırmanın Nicel Bulguları

Tablo 1: Muğla'da Faaliyet Gösteren Seyahat Acenteleri

	Merkez	Şube	Toplam
Bodrum	194	28	222
Marmaris	190	64	254
Fethiye	145	58	203
Ortaca-Dalyan	25	4	29
Ula	5	0	5
Dalaman	6	4	10
Datça	6	1	7
Milas	2	3	5
Köyceğiz	3	0	3
Merkez	3	0	3
Toplam	579	162	741

Kaynak: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2016), Turizm İstatistikleri

Tablodan da görüleceği üzere acentelerin çoğunluğu Fethiye, Marmaris ve Bodrum ilçelerinde bulunmaktadır. Çalışmamıza Fethiye'den 35 adet acente, Marmaris'ten 24 adet acente ve Bodrum'dan 42 adet acente seçilmiştir. Bu seçilen acentelerin toplam faal acentelere oranı %25'dir. Acentelere uygulanan anket verileri aşağıdadır.

Tablo 2: Cinsiyet

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Erkek	80	79,2	79,2
Kadın	21	20,8	20,8
Toplam	101	100,0	100,0

Araştırmaya katılanların 21 kişisi kadın %20,8, 80 kişisi %79,2'si erkektir.

Tablo 3: Medeni Durum

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bekâr	33	32,7	32,7
Evli	56	55,4	55,4
Dul	12	11,9	11,9
Toplam	101	100,0	100,0

Araştırmaya katılanların 33 kişinin bekâr %32,7, 56 kişinin evli %55,4 ve 12 kişinin de dul %11,9 olduğu görülür.

Tablo 4: Öğrenim Durumu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
İlkokul	4	4	4
Orta Okul	30	29,7	29,7
Üniversite	67	66,3	66,3
Toplam	101	100,0	100,0

Eğitim durumları bakımından katılanların ilkokul mezunu 4 kişi %4, lise mezunu olan 30 kişi %29,7 ve üniversite mezunu olan kişi sayısı ise 67 ve %66,3 olduğu görülür.

Tablo 5: Pozisyonu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Acente Sahibi.	59	58,4	58,4
Operasyon	19	18,8	18,8
Pazarlama	9	8,9	8,9
Diğer	14	13,9	13,9
Toplam	101	100,0	100,0

Ankete katılanların 59 kişisi %58,4 ü acente sahibi, 19 kişisi %18,8 i operasyon yapıyor, 9 kişisi %8,9 u pazarlama yapıyor ve 14 kişi de %13,9'u diğer diye tanımlanan bunların dışındaki pozisyonda görev yapıyor olduğu görülmektedir. Ankete katılanların yaş ortalamasının 40,7426, deneyimlerinin de 17,8713 yıl olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan acentelerin kırsal halkın turizme yönelik tutumlarındaki değişim çalışmalarına katılımları incelendiğinde en yüksek ortalama sahip ifadeler şunlardır. "Kırsal turizmin gelişmesinde beşerî sermaye eksikliği vardır."(ort:3,88), "Kadınların işgücüne katılma problemi vardır."(ort:3,89), "Krediye erişim yetersizdir." (ort:3,49), " Turistler için uygun olan ürün, kırsaldaki vatandaşların günlük hayatları için gerekli olmadığından üretim yetersizdir." (ort:3,39), "Kırsal halkın turizmden beklentilerinden turizm sektörü habersizdir." (ort:3,75), "Acentemizdeki personelin nitel ve nicel olarak yetersizliği ile mali problemler yeterli katkıyı sunmaya engeldir."(ort:3,78).

En düşük ortalama sahip ifadeler ise: "Kırsal turizmde kırsalda yaşayanlara yönelik turizm eğitimi sağlanmaktadır." (ort:2,39), "Acentemiz kırsal alanda, özellikle bayanları teşvik ederek, hediyelik eşya yapımının gelişmesine katkı yapmaktadır."(ort:2,67), Acentemiz kırsaldaki vatandaşlara kırsal turizmi tanıtmaya ve bilinçlendirme amaçlı eğitimler ve seminerler düzenlemektedir." (ort:2,44), kırsalda doğa ve tarihi değerlerin korunması konusunda eğitim ve küçük ölçekli kongre ve toplantılar yapmaktayız." (ort:2,41).

Acentelerin en yüksek ortalama ait ifadesi " Kırsal turizmde yeni aktiviteler, ürünler ile yerel halkın gelirleri artar" sorusuna verdikleri cevapta olmuştur(ort:4,39). En düşük ortalama sahip ifadesi ise " Acentemiz yerel basın ve televizyon kanallarında kırsal turizmi tanıtmaya amaçlı programlar yapmaktadır" sorusuna verdikleri cevapta olmuştur(ort:2,26).

3.2. Araştırmanın Nitel Bulguları

Araştırmada belirtildiği üzere üç farklı örneklem grubundan veri toplanmıştır. Bu örneklem grupların sivil toplum kuruluşlarını oluşturan örneklem grubu ile sivil vatandaşların oluşturduğu örneklem grubu üzerine nitel veri analizi yapılmıştır. Şimdi aşağıda iki alt bölümde sırası ile bu iki farklı örneklem grubu için yapılan nitel veri analizleri sunulmuştur.

3.2.1. Sivil Toplum Kuruluşu Temsilcileri ile Yapılan Mülakatlara İlişkin Veri Analizi

Tablo 6: STK Temsilcilerine Ait Veriler

Görüşmeciler	Yaş	Cinsiyet	Görevi	Sektör Deneyimi	Eğitimi
GETOP	53	E	Yönetim Kurulu Başkanı	20	Üniversite
FETOP	36	E	Yönetim Kurulu Başkanı	20	Üniversite
BODER	55	E	Yönetim Kurulu Başkanı	17	Lise
FETAV	61	K	Yönetim Kurulu Başkanı	30	Üniversite
Fethiye TSO	65	E	Yönetim Kurulu Başkanı	20	Lise
Muğla TSO	53	E	Yönetim Kurulu Başkanı	12	Üniversite
Marmaris TSO	52	E	Yönetim Kurulu Başkanı	6	Üniversite
Milas TSO	57	E	Yönetim Kurulu Başkanı	12	Lise
Bodrum TSO	55	E	Yönetim Kurulu Başkanı	30	Üniversite

Sivil Toplum Temsilcilerinin biri kadın sekizi erkektir. Eğitim olarak üçü lise, altısı üniversite mezunudur. Yaş olarak en küçüğü 36, en büyüğü 65 yaşında olup ortalama yaş 53 dür. Temsilcilerin sektör tecrübesi bakımından durumu ise en düşüğü 6 yıl, en yükseği ise 30 yıllık tecrübeye sahip olup ortalama 18,5 yıldır.

Kurumdaki görevleri yönetim kurulu başkanlığıdır. Aylık gelirleri on bin Türk lirasıdır.

Sözel veya yazılı verilerin belirli bir problem veya amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi, belirli değişkenler veya kavramların ölçülmesi ve belirli bir anlam çıkarılması için taranarak kategorilere ayrılması ile içerik analizi yapılır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259). Araştırmada da elde edilen verilerin daha iyi anlaşılır olması için birbirine benzeyenler belirli kavram ve tema etrafında birleştirip içerik analizi yapılmıştır.

Araştırma verileri Haziran 2016 ile Mayıs 2017 arasında toplanmıştır. Araştırmanın güvenilirliği için araştırma süresince verilerin toplanması ve analizinde dikkatli davranılmıştır.

Araştırmaya katılan Sivil Toplum Kuruluşu yöneticilerinin kırsal alandaki turizme yönelik çalışmalara katılımı ile ilgili görüşleri incelendiğinde şu verilere ulaşılmıştır.

Sivil toplum kuruluşu temsilcileri kırsal turizmin kalkınmaya sosyo-ekonomik katkı sağlayacağını ifade etmekle birlikte turizm adına yeterli ürünün olmadığını, bölge halkının eğitim düzeyinin iletişim kurma konusunda engel olduğunu ifade etmişlerdir. Yapılan eğitim çalışmalarına halkın ilgi göstermediğini, turizmi geliştirme adına yaptıkları çalışmalarda üniversite ve kamu kurumlarından yeterli desteği alamadıklarını, hatta engel olduğunu belirtip, bu konuda kendi çalışmalarının yeterlilik düzeyi konusunda da emin olmadıklarını ifade etmişlerdir. Yine sivil toplum kuruluşlarınca yerel halkın duysal tutumlarındaki değişim için kırsal turizm örneklerinin uygulandığı, Şirince gibi, merkezlere gezi düzenlendiğini ancak geri gelindiğinde bir şeyin değişmediğini ifade etmişlerdir.

Sivil toplum kuruluşlarının bu çalışmalar sırasında bir diğer problemi de paydaşlar ile yeterli iş birliği yapamadıklarıdır. Sahil turizm merkezlerinde turistlerin tükettiği hiçbir ürünün yakın çevredeki kırsal alanlardan temin edemedikleridir. Yani turizmin yoğun olduğu sahil bölgeler ile kırsal bölgeler arasında ticari anlamda hiçbir bağın olmadığı yapılan çalışmalarda görülmüştür.

Turizmin sahilden iç bölgelere doğru çeşitlendirilmesi gerektiği vurgulanmakla birlikte, yerel halkın planlama aşamasında projelere katılmadıkları belirtilmiştir. Bu da yerel halkın kırsal turizm faaliyetlerine oldukça mesafeli olduğu anlamını taşımaktadır. Altyapı ve imar planlarının da olmayışı kırsal turizmin geliştirilmesi ve kalkınma aracı olması için yapılan çalışmaların önünde önemli bir engel oluşturmaktadır.

3.2.2. Kırsal Halkla Yapılan Mülakata İlişkin Nitel Veri Analizi

Tablo 7: Kırsal Alanda İkamet Edenlere Ait Bilgiler

Araştırmada Kırsal Alan Sayısı	Erkek Katılımcı (Adet)	Kadın Katılımcı	Kırsal Alanda İkamet Süresi
-----------------------------------	---------------------------	-----------------	--------------------------------

(Adet)		(Adet)	(Yıl)
4	36	6	20

Araştırmaya o bölgede 20 yıl ve üzerinde oturan yerel halk dâhil edilmiştir. Burada amaç bölgelerinde birçok değişime ve gelişmeye tanık olmalarından faydalanmaktır. Çalışmamıza katılan yerel halkın 36 kişisi erkek, 6 kişisi bayandır. Bayan sayısının az olması bayanların kendileri yerine erkelerin katılmaları yönünde bir tercihlerinin olmasındandır.

3.3. Yerel halka İlişkin Nitel Verilerin Analizi

Araştırmaya katılanlara ‘‘turizm alanında herhangi bir eğitim aldınız mı?’’ (Turizme yönelik bilişsel tutum) sorusu yöneltildiğinde %28’i aldığını ifade etmiştir. ‘‘Yurt içi veya yurt dışında turistik amaçlı bir geziye katıldınız mı?’’ (Turizme yönelik bilişsel duyusal tutum) şeklindeki soruya %57’si yurt içi, %50’si yurt dışı geziye katıldığını ifade etmiştir. ‘‘Turizmle ilgili herhangi bir seminer, konferans veya panele katıldınız mı?’’ (Turizme yönelik duyusal tutum) sorusuna bir kişi konferansları tatmin edici bulmadığı için katılmadığını ifade etmiştir. ‘‘Turizmin gelişmesi veya daha da geliştirilmesi için bölgenizde neler yapılmalıdır?’’ sorusuna eksik altyapı sorunlarının giderilmesi ve turizm eğitiminin verilmesi cevabını vermişlerdir. Kırsal turizmin gelişme düzeyini yeterli görenlerin oranı ise %23’lerde ve bu sektörde kadın istihdamı yapılan çalışmada %14’lerde bulunmuştur.

Çalışmamıza katılan altı adet kadın, turizm adına bir eğitim almadıklarını ifade etmişlerdir. Altı kişiden sadece ikisi turizm amaçlı geziye katıldıklarını ifade etmiş ve katılanların hepsi çevreye ve tarihi varlıklara yeterli önemin verilmediğini ifade etmişlerdir. Hemen hepsinin üzerinde müttefik olduğu konu ise turizm eğitimlerinin yeterli olmadığı ve turizm kültürü için eğitim verilmesi gerektiğidir.

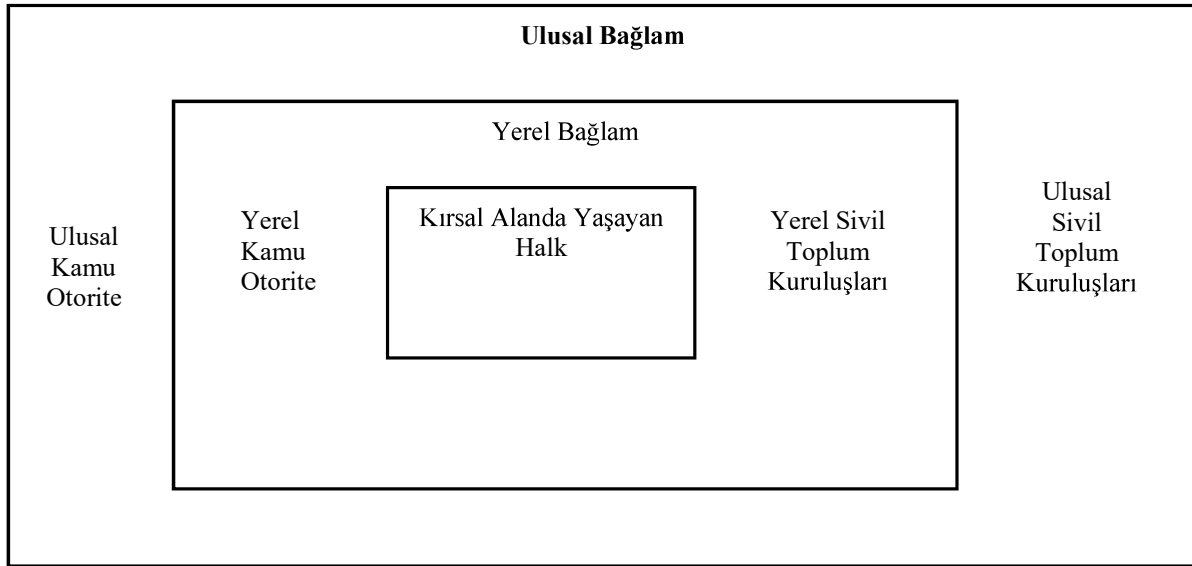
4. Tartışma

Araştırma verilerinin işaret ettiği temel noktalar kırsal halkın turizme yönelik ilgi yetersizliği, turizm bilgi ve bilinç düzeyinin turistik ürün üretme ve pazarlaması konusundaki eksikliği, bu eksikliklerden kaynaklanan diğer paydaşlar ile iletişim ve iş birliği kurma eksikliği ve bunların doğal sonucu olarak da kırsal halkın turizm faaliyetlerine katılmasında isteksizlik olarak belirtilebilir.

Kırsal halkta turizm faaliyetlerine katılma isteksizliğini gidermek için seyahat acentelerinin (kâr amacı güden kuruluşlar) herhangi bir faaliyetleri olmadığı tespit edilmiştir. Kırsal alanda yaşayan halkın da turizmle ilgili ya çok sınırlı ya da bu olumsuzluğu giderecek düzeyde bilgilerinin olmadığı görülmüştür. Araştırmanın verilerine göre sivil toplum kuruluşlarının kırsal turizmi geliştirici eğitim çalışması yaptıkları, kırsal turizm ürünü olarak kültür yürüyüş yolları güzergâhlarını zemine uyguladıkları, turistik ürünler geliştirdikleri görülmüştür.

Araştırma verilerinin gösterdiği bu bilgiler ışığında kırsal kalkınmada kırsal turizmin bir araç olmasına yönelik bu çalışmada bir model önerilmiştir. Önerdiğimiz modelin ismi; “Kırsal Alanda Kalkınma İçin Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmada Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü” dür. Modelde merkezi paydaş kurumlar olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı ile İç İşleri Bakanlığı yer almaktadır. Merkezi paydaşların yereldeki paydaşları olarak Valilik, Büyük Şehir Belediyesi, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, Kaymakamlıklar, Üniversite ve Muhtarlıklardan oluşmaktadır. İlgili meslek odaları, İlgili vakıf ve dernekler ile Sanayi ve Ticaret Odaları sivil toplum kuruluşları olarak, yatırımcılar ve özel sektör kuruluşları da girişimci paydaşlar yer almaktadır

Tablo 8: Model



Modelde, sivil toplum kuruluşları yerel halkın turizme katılımı konusundaki eksik bilgi ve becerilerini diğer paydaş kuruluşlar ile önce yerelde sonra da ulusal boyutta çözüme ulaştırma çalışması önerilmektedir.

Güçlendirme araçları olarak da seminer, konferans, panel, görsel ve işitsel yayınlar, plan ve projeler ile teşvikler yer almaktadır.

Modelde çalışma süresi olarak sivil toplum kuruluşlarının bir seçim dönemi olan dört yıl seçilmiştir. İlk iki yıl paydaş kurumlar ile sivil toplum kuruluşlarının iş birliği ile seçilen bölgedeki yerel halkın güçlendirme araçları ile kırsal turizm bilgisinin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Son iki yılda da yerel halkın kırsal turizm faaliyetlerine katılımı hedeflenmektedir.

Bu çalışmaların sonunda, öğrenen bölgede öğrenme süreci içinde kırsal halkın turizme yönelik bilgi ve tutumlarında değişimin sağlanması, kırsal halkın sosyal sorumluluğunu kazanması ve kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı becerisi kazanma, ürün geliştirme ve pazarlama konularında gelişme sağlanması hedeflenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Dünyadaki sosyal, ekonomik ve teknolojik değişimler her alanda büyük değişime neden olmuştur. Turizmde de bu değişim kendini bölgeler arası rekabetin artması olarak göstermiştir. Buna bağlı turizm tercihlerinde oluşan değişim turizm hareketliliğine katılanların fazla sayıda tercih imkânına erişmesini sağlamıştır.

Bu gelişmelere bağlı olarak artan bilgi, bilinç ve gelişmişlik düzeyi turizm tercihlerinde kırsal alanlarda yapılan ve kırsal alanların sosyo-ekonomik kalkınmasına katkı veren kırsal turizmi, turizmin daha yaygın turizm türü haline getirmiştir. Bu alanda da başarılı kırsal turizm örneklerine bakıldığında, yereldeki turizm paydaşlarının iyi organize oldukları görülmektedir.

Kırsal turizmde ve kırsal alanların kalkınmasında başarı, yerelin yerelliğini sermayeleştirmesi ve pazarlaması ile olmaktadır. Bu süreçte yerel üreticilerin kendi içlerinde ve turist pazarlarındaki performansı önemlidir. Küreselleşen dünyada bu performans, yerel ve bölgesel rekabeti belirleyen önemli bir unsur haline gelmiştir.

Kırsal turizmin gelişmesinin yeterli olmadığı alanlara yerel halk açısından bakıldığında genelde halkın turizm faaliyetlerine katılımın zayıf olduğu, turizm bilgi ve kültürünün yetersizliği, mali yönden zayıf olmaları gelmektedir. Diğer paydaşlar açısından bakıldığında da merkezi yönetim ve merkezi yönetimin yerel uzantılarının yerel sivil toplum kuruluşları, yatırımcı ve özel sektör kuruluşları ile yeteri kadar uyumlu çalışmadığı görülür. Paydaşlar arasındaki güç dağılımı dengesizliği, şeffaflık zaafı, uygulanacak politikaların vatandaşların politikaları ile uyuşmaması, yerelde örgütsüzlük, yerel yönetimlerin zayıflığı, siyasi kutuplaşma, yapılacak değişimin maliyet boyutunun yüksekliği, toplumun tutucu yapısı, ideolojik bağlılık, belirsizlik, idarecilerin olumsuz tutumu ve değişimi anlamsız görme kırsal turizmin gelişmesindeki diğer dezavantajlar olarak ifade edilebilir.

Turizmin, kırsal alanlarda kalkınmanın bir aracı olarak geliştirilmesi isteniyorsa kırsal halka turizm bilgi ve kültürü kazandırılarak turizme katılımının mutlaka sağlanması gereklidir. Paydaşlar arasında koordinasyon sağlanmalıdır. Sosyal sermaye beslenmeli ve turizm sektörünün hedefleri ile toplumun hedefleri arasında uygunluk sağlanmalıdır. Burada devlet, sivil toplum kuruluşları ve yerel halkın iş birliği (Aydın ve Selvi, 2012: 146) önemlidir.

Kırsal turizmin sağlıklı gelişimi için kırsal alanda bu anlamda varlıkların kayıtları çıkarılmalıdır. Altyapı tesisleri geliştirilmelidir. Yöresel kültür ürünleri geliştirilmeli ve tanıtılmalıdır. Yörenin kalkınma planları ile kırsal turizm planları birbiri ile tutarlı olmalıdır. Turizm ve tarım birbirine entegre edilmeli ve üretim pazar şartları dikkate alınarak yapılmalıdır. Kırsal alanlarda kırsal turizm için stratejik planlar yapılmalıdır. Kırsal turizm potansiyelinin yüksek olduğu bölgelerde turizm eğitim programları ile yöre halkı eğitim programlarında yörenin kültürü, tarihi, tarımı, halkla ilişkileri, tanıtım ve yabancı dil konularına önem verilmelidir. Kırsal alanlarda turizmin bu alanına gerekli fiziki yapılaşmada uygun finansman sağlanmalıdır. Kırsal turizmle uğraşan üreticilerin programlarını turistlerin

İhtiyaçlarını karşılayacak şekilde yapmaları sağlanmalıdır. Kırsal turizm alanlarında ev hanımlarının el işleri ve yöresel yemek kültürü becerileri ile turizm faaliyetlerine dahil edilmelidir. İstihdam da öncelikle yöre halkı tercih edilmelidir. Turizm bilinci oluşturulmalı ve geliştirilmelidir. Kırsal turizmin tanıtımı için yerli ve yabancı tur operatörleri ile bağlantı kurulmalı ve davet edilerek yöre tanıtılmalıdır. Kırsal alanda üretilen mal ve hizmetler ile turistlerin mal ve hizmetlerden beklentileri uyusmalıdır. Kırsal alanlardaki arazi düzenlemeleri sonuçlandırılmalıdır. Yerel yönetimler bölgelerindeki kırsal turizm faaliyetlerini kendi görev alanları çerçevesinde desteklemelidir. Kırsal alanlardaki geleneksel olarak yapılan bayram ve festivallere katılım özendirilmeli ve desteklenmelidir.

Çalışmanın yapıldığı Muğla ili de yıpranmamış doğal ve kültürel alanlara sahiptir. Bu alanların bilinçli şekilde kullanılması ile oluşturulacak turistik ürünlerin turizm pazarına sunulması hem var olan potansiyelin kullanılmasına hem bölgenin sosyo-ekonomik olarak gelişmesine, hem de çalışmanın sürdürülebilir olmasına katkı yapacaktır.

Konuyla ilgili Muğla ili kapsamında yapılan çalışmada, turizmin paydaşları olarak seyahat acentelerinin, sivil toplum kuruluşlarının ve kırsal alanda 20 yıl ve üzeri ikamet eden vatandaşların kırsal kalkınmada bir araç olan kırsal turizmin gelişmesi için etkin olup olmadıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

Acentelerin nicel verilerine göre kırsal alanda beşerî sermayenin eksik olduğu, kadın işgücünün katılım problemi olduğu, krediye erişimin yetersiz olduğu, turistik ürünlerin yetersiz olduğu, kırsal halk ile turizm sektörü bağlantılarının yetersiz olduğu, kırsalda yeni ürün ve aktivitelerin halkın gelirene katkı yapacağı tespit edilmiştir. Acentelerin, kırsal turizmin gelişmesine bu saydıkları olumsuzlukları gidermek için yaptıkları katkı nicel ve nitel olarak yetersiz personel ile mali yapılarındaki zayıflıktan dolayı yeterli olamamaktadır.

Sivil toplum kuruluşlarının nitel verilerine göre kırsal turizmin gelişmesinin bu alanlarda sosyo-ekonomik gelişmeye katkı yapacağı ifade edilmiştir. Ancak; bölge halkının eğitim düzeyi düşüklüğünün iletişim kurmada engel olduğu, yapılan eğitim çalışmalarına halkın ilgi göstermediği, turizmi geliştirme adına yaptıkları çalışmalarda üniversite ve kamu kurumlarından yeterli desteği alamadıkları, yaptıkları çalışmaların da yeterliliği konusunda emin olmadıkları ve sahil turizm merkezlerindeki tesisler ile kırsal bölge arasında ticari bağın olmadığı tespit edilmiştir.

Yerel halktan elde edilen nitel veriler de şu şekildedir. Yerel halktan turizm eğitimi alanların sayısı oldukça azdır. Turistik amaçlı yurt içi ve yurt dışı geziye katılma oranı yeterli değildir. Yerel halkın turizmle ilgili seminer, panel ve konferansa katılım oranının oldukça düşük, kırsal turizm de kadın istihdamının çok zayıf olduğu tespit edilmiştir. Kırsal turizm gelişme düzeyinin ise kırsal halk tarafından yeterli görülmediği görülmüştür. Kırsal turizmin gelişmesi için eğitim ve alt yapının olması gerektiği de mülakata katılanlar tarafından ifade edilmiştir.

Seyahat acentelerinin kâr amacı taşıyan kuruluşlar olduğu için kırsal turizmi geliştirme çalışmalarına katılımları oldukça zayıf, hatta yok denecek kadar azdır. Sivil toplum kuruluşlarının ve yerel halkın da diğer paydaşlar ile diyalogu ve iş birliği kırsal turizmin gelişimine yeterli düzeyde katkı yapacak düzeyde değildir.

Sivil toplum kuruluşları kâr amacı olmayan, gönüllülük esasına göre oluşmuştur. Sivil toplum kuruluşlarının üyeleri de yöre halkından oluşmuş ve yöre halkı tarafından tanınan kişilerdir. Sivil toplum kuruluşlarının bu özellikleri ile kırsal turizmin geliştirilmesi için Muğla iline önerilecek olan model ile halkın bilinçlendirilmesinin sağlanması, sosyal sermaye düzeylerinin yükseltilmesi konularında tüm paydaşlar ile iletişim kurarak daha etkili çalışmaları yapmaları yerel halk ve turizm sektörü için faydalı olacaktır.

Muğla ili, kırsal turizm potansiyeli olmasına rağmen bu potansiyelden faydalanma oranı Muğla Valiliğince (2010) ve Tuna'nın (2015) yaptıkları çalışmalara göre de yeterli değildir. Mevcut hali ile çok büyük oranda kıyı turizmine bağlı kalmaktadır. Yapılacak olan bu ve benzeri çalışmalar ile konuya duyarlılığın artırılması sağlanacak, sonucunda da kırsal turizmde gelişme sağlanmış olacaktır. Bu da, Muğla ilinde turizmin kıyıda iç bölgelere, kırsal alanlara, yayılması ve sonucunu getirecektir. Bu aynı zamanda hem Muğla'nın kırsal alanlarının artan turizm kaynakları ile sosyo-ekonomik kalkınmasını, hem de ülkemiz turizm hedeflerine artan oranda Muğla'nın katkı yapmasını sağlayacaktır.

Bu çalışmanın sınırlılıklarından dolayı 9 adet sivil toplum kuruluşu, 4 kırsal yerleşim yerinde 42 vatandaş ile mülakat, 101 adet acente ile anket yapılmıştır. Yapılacak olan diğer çalışmalarda daha çok kırsal alanda, daha çok vatandaş ile turizmle doğrudan ya da dolaylı ilgisi olan daha fazla sivil toplum kuruluşu ile mülakat yapılması, daha fazla acente ile anket yapılması kırsal turizmin kırsal kalkınmaya bir araç olması konusunda paydaşların rolü hakkında oluşturulacak "politikaya" çok daha fazla veriyi verecektir.

Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, S. (2006). Sürdürülebilir Kırsal Turizm. Ankara: Gazi Kitapevi
- Ahipaşaoğlu, S. ve Çeltek, E. (2006). Sürdürülebilir Kırsal Turizm. Ankara: Gazi Kitapevi
- Akça, H., Esengün, K. ve Sayılı, M. (2001). "Kırsal Alanların Kalkındırılmasında Kırsal Turizmin Rolü" Standart Dergisi, s.40 (470)
- Akçi, A. (2015). Kırsal Kalkınma İçin Bir Model Önerisi: Köy Kümeleri. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya
- Akın, O. (2015). Kırsal Kalkınma Politikalarının AB Politikaları Çerçevesinde İncelenmesi: Denizli İli Örneği. Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ

- Akış, S. (1999). ‘‘Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye’’. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Mart-Haziran, 36-46
- Ashley, C. Boyd, C., Goodwin, H. (2000). ‘‘Pro-Poor Tourism: Putting Poverty At The Heart Of The Tourism Agenda’’. *Overseas Development Administration Department for International Development. Natural Resource Perspectives*, No.51, March
- Aydın, E. ve Selvi, S. (2012). ‘‘Kırsal Turizmde Yerel Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü: Düzce İli Örneği’’. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, S.2 (2)
- Bakırcı, M. (2007). *Türkiye’de Kırsal Kalkınma*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2008). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayınları
- Bal, H. (1995). *Turizmin Kırsal Toplumda Aile İçi İlişkilere Etkisi (Antalya’nın Üç Köyünde Karşılaştırmalı Bir Araştırma)*. İstanbul: Doğa İnsan Yayınları 1
- Balcı, A. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: Pegem Yayıncılık
- Beyhan, E. (2008). ‘‘Yönetişim ve Yerel Yönetimler’’. *Yerel Siyaset*, (31), 56-60
- Coleman, J.S. (1990). *The Foundations Of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Çeken, H. (2016). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Çıracı, H., Turgut, S. ve Kerimoğlu, E. (2008). ‘‘Sürdürülebilir Turizm Gelişimi İçin Bir Yönetim Modeli Önerisi’’: Frig Vadisi Önerisi. *İTÜ Dergisi/a*, 7 (2), 89-102
- DPT. (2003). *İllerin ve Bölgelerin Gelişmişlik Sıralaması Araştırması Raporu*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı
- DPT. (2006). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013). Kırsal Kalkınma Politikaları Özel İhtisas Alt Komisyonu Raporu*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı
- EC. (2004). *How To Set Up A Tourism Learning Area*. Web: http://www.ectrans.org/learning-areas/htm/eur_how.htm
- Eraydın, A. (2004). ‘‘Bölgesel Kalkınma Kavramı, Kuram ve Politikalarında Yaşanan Değişimler’’. *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu*. Cilt 1: 126-146
- Ertuğrul, F. (2008). ‘‘Paydaş Teorisi ve İşletmelerin Paydaşları ile İlişkilerinin Yönetimi’’. *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, (31): 199-223
- Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Fowler, A. (2000). ‘‘Civil Society, NGOs and Social Development: Changing the Rules of The Game’’. Geneva 2000: Occasional Paper. No:1

- Gür, M. (2001). Türkiye Koşullarında Kırsal Toprak ve Yerleşim Düzenlerine Genel Yaklaşım, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Gürüz, D. ve Gürel, E. (2006). Yönetim ve Organizasyon: Bireyden Örgüte, Fikirten Eyleme. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Hausler, N. (2011). ‘‘Stakeholder Dialogues in Tourism- How to Achieve Fair Pro-Poor Tourism Partnerships’’. Tourism- Consultant- Organizational Publication
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2015). Turizm İstatistikleri. Muğla
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2016). Turizm İstatistikleri. Muğla
- Jones, S. (2005). ‘‘Community-Based Ecotourism. The Significance of Social Capital’’. Annals of Tourism Research, Vol:32, No:2
- Kalkınma Bakanlığı. (2014). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı. Ankara: T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Müsteşarlığı,
- Keleş, R. (2006). Kentleşme Politikası. Ankara: İmge Kitapevi
- Küçükaltan, D. (2002). ‘‘Tarım Turizmi ve Türkiye’de Tarım Turizmi İşletmeciliği’’. 2. Turizm Şurası Bildirisi. 1.cilt, 12-14 Nisan
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2014). 2023 Türkiye Turizm Strateji Raporu. Ankara
- Kitapçı, İ. (2017). Sosyal Sermaye: Sosyal, Ekonomik ve Bilişsel Bir Perspektif. İstanbul: Beta,
- Lowe, P., Ray, C., Ward, N., Wood, D., and Woodward, R.(1998). ‘‘Participation in Rural Development: A Review of European Experience’’. University of Newcastle Upon Tyne CRE Center of Rural Economy Research Report, 1-90.
- Muğla Valiliği. (2010). Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelene Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı. Muğla
- Önal, Y. B., Düzakın, E. ve Çiftçi, H. (2006). Ekonomik Büyümenin Yükselen Değeri Turizm ve Türkiye Ekonomisine Etkisinin Analizi. İstanbul: Kare Yayınları
- Özdamar, K. (2002). Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi. 4. Baskı Eskişehir: Kaan Kitapevi
- Putnam, R. (1993). Making Democracy Work. Princeton: Princeton University Press, NJ.
- Putnam, D.R. (1995). ‘‘Tunning In, Tuning Out: The Strange Disappearance Of Social Capital In America’’. Political Sciene and Politics Vol.28, No.4

- Reed, M.G. (1997). "Power Relations and Community-based Tourism Planning". *Annals of Tourism Research*. 24 (3), 566-591
- Sarı, C ve Karabulut, Y. (2006). "Türk Kültürünün Dünyaya Açılan Penceresi Antalya'da Kırsal Turizm Potansiyeli: Kuzca Köyü Örneği". III. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi Bildiri Kitabı. Çanakkale
- Semerciöz, F., Dönmez, D. ve Dursun, M. (2008). "Relationships Between Destination Management Organization and Destination Stakeholders a Research In Regions of Marmara, Aegean and Mediterranean In Turkey". *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 87-100
- Talay, İ., Gündüz, S., Akpınar, N., ve Gülçubuk, B. (2004). Kırsal Kalkınma Sürecinde Tarımsal Rekreasyon Olgusunun Ankara-Kalecik Örneğinde Değerlendirilmesi. Proje No: TOGTAG-3041
- Tolunay, A. ve Akyol, A. (2006). "Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar ve Tanımlar". *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, (2)
- Toskay, T. (1989). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları
- Tosun, E. K. (2007). "Avrupa Birliğine Üyelik Sürecinde Türkiye'de Yerel Yönetimler ve Sivil Toplum Kuruluşları". *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 3, (2), 1-16.
- Tuna, M. (2015). *Bafa Gölü ve Çevresinde Toplum Destekli Ekoturizm Faaliyetlerinin Belirlenmesi*, Muğla
- Tuna, M. (2016). *Muğla İlinin Kırsal Kalkınma Potansiyelinin Belirlenmesi*, Muğla
- Tütengil, C.O. (1983). *100 Soruda Kırsal Türkiye'nin Yapısı ve Sorunları*. İstanbul: Gerçek Yayınları
- Uçar, M., Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Ural, M. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Usta, Ö. (2008). *Turizme Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık
- WTO. (2003). *Conclusions-Seminar On Rural Tourism, Guidelines For Development*, December,
- WTO. (2014). *Tourism Highlights. 2014 Edition*
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi
- Yıldız, O. (2014). *Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Bölgesel Rekabet Gücünün Artırılmasında Bölgesel*

Kalkınma Ajanslarının Rolü, GEKA Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Muğla
Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla