



INCREASING THE TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS OF THRACIAN REGION: SUGGESTIONS FOR DEVELOPING AND PROMOTING BUYUKCEKMECE AND IGNEADA

DOI: 10.17261/Pressacademia.2016116529

Bilge Karamehmet¹, Gokhan Aydin²

¹ Medipol Üniversitesi. bkaramehmet@medipol.edu.tr

² İstanbul Arel Üniversitesi. gokhanaydin@arel.edu.tr

ABSTRACT

Rural tourism in Turkey has not received the interest it deserves compared to European countries. Theoretical studies along with applied projects are needed to increase the awareness and draw interest to this important tourism area among populace and decision makers. The lack of extensive studies in Turkey creates an important research gap. To address this gap and improve the competitiveness of Turkey as a rural tourism destination, various applications that can improve awareness and attract interest are proposed in this study. Büyükçekmece Lake and İğneada Flood plain Forests were chosen as the application areas that have natural resources and unique historical heritage however lack amenities and relevant marketing activities to create interest. In this study both the destination competitiveness theories and worldwide applied best practices were analyzed. In this way a comparative analysis was carried out to assess and improve the rural tourism potential of these regions. Following the analysis, educational activities, agro/eco-tourism activities, touristic facilities that can be constructed within the legal framework are proposed in detail. Establishment of a rural marketplace, development of nearby residential areas offering accommodation, food and commerce for visitors together with a tourism center were recommended as constituents of a comprehensive rural tourism model.

Keywords : Rural tourism, eco-tourism, destination marketing, tourism competitiveness, promoting rural tourism.

JEL Classification: L83, O18, F13, M31

TRAKYA BÖLGESİNİN KIRSAL TURİZM POTANSİYELİNİN ARTIRILMASINA YÖNELİK UYGULAMA VE TUTUNDURMA ÖNERİLERİ: BÜYÜKÇEKMECE GÖLÜ VE İĞNEADA ÖRNEĞİ

ÖZET

Ülkemizde kırsal turizme verilen önemin gelişmiş ülkelere kıyasla düşük olduğu gözlenmektedir. Bu konuda kamuoyunda ve karar vericiler arasında ilginin artırılması için gerek akademik gerekse uygulamalı çalışmaların artırılması gerekmektedir. Bu boşluktan hareketle bu çalışma içerisinde hayata geçirilebilecek farkındalık ve uygulama projeleri üretmek Türkiye’de kırsal turizmin rekabetçi gücünün artırılmasına aracılık edilmesi hedeflenmektedir. Uygulama alanı olarak Büyükçekmece gölü ile İğneada Longoz ormanları doğal ve kültürel zenginlikleri ve geliştirilmemiş bölgeler olmaları sebebiyle seçilmiştir. Büyükçekmece gölü ve İğneada çevresinin tarihsel ve kültürel değerlerinin yanı sıra ekolojik tarım alanında da çeşitliliği olmasına rağmen turizm pazarlamasının yeterince yapılmadığı ve rekabet gücünün zayıf olması bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Teorik çerçeveye ek olarak dünya genelinde gerçekleştirilmiş olan kırsal turizm uygulamaları incelenmiştir. Böylece rekabetçi kırsal turizm ve tutundurma çabaları karşılaştırmalı olarak değerlendirilebilmiştir. Yapılan değerlendirme çalışmasının sonucunda ilgili kişi/ kurumların desteği ile çevre halka verilecek çevresel, Agro/Eko-Turizm ve turizm alanlarındaki bilgilendirme faaliyetlerinin artırılmasıyla turizm odaklı alternatif geçim faaliyetlerinin hayata geçirilmesi önerilmektedir. Bu sayede, Büyükçekmece gölü ve İğneada Longoz Ormanları çevresinin İSKİ İçme Suyu Havzaları Yönetmeliği ve ilgili yasal mevzuat kapsamına uygun olarak turizm merkezi olması; Agro/Eko Turizm amacına uygun şekilde köy pazarının kurulması; yakın yerleşim alanlarında Agro/Eko Turizmin canlandırılması ve rekabet gücünü artıracak uygulamalı bir model sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: kırsal turizm, eko-turizm, destinasyon pazarlaması, turizm rekabet gücü, kırsal turizmin tutundurulması.

JEL Sınıflandırması: L83, O18, F13, M31

1. GİRİŞ

Toplumların yaşayış biçimleri, günümüzde yaşam koşullarının değişimiyle birlikte farklılaşmıştır. Kentleşme, yoğun çalışma temposu, aile yapılarındaki değişimler çalışma hayatının insanlar üzerinde bıraktığı etkilerin yansımalarıdır. Yaşanan bu değişim birçok sektörü etkilediği gibi turizm sektörünü de derinden etkilemiştir. Bu değişimler paralelinde, insanların dinlenme ve eğlenme ihtiyaçları ve bunlara sağlayan kurum ve alanlara talebi da artmıştır (Uçar, vd. 2012).

Başta dünyada olmak üzere tüketicilerin tercihlerinin, isteklerinin ve ihtiyaçlarının değişmesi ve çeşitlenmesine paralel olarak ülkemizde de turizmin çeşitlendiğini görmekteyiz. Dinlenme ve eğlence ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde turizm hizmetlerinde çeşitlendirme beklentileri, turizm kapsamında sunulan farklı tipte hizmetlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Çeken, vd. 2012). Bu bağlamda ülkemizde var olan doğal, termal, sağlık, kış, dağ, sualtı- su üstü sporları, yayla, botanik, çiftlik, yerel sanat, tarihi kent, inanç, arkeoloji gibi doğal ve kültürel açıdan önemli yer bölgelerin birbirlerini destekleyerek ilişkilendirilmeleri ile turizm açısından daha cazip destinasyonların oluşturulmasının turizme katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu sayede kırsal alanlardaki turizmin canlanacağı, bölgenin özelliklerinin tanıtılacağı, bölgenin tarihsel, kültürel ve sanatsal faaliyetlerinin artırılacağı, konaklama ve yeme-içme, eğlenme olanaklarından faydalanılacağı tahmin edilmektedir. Turizmin çeşitlendirilmesine destek olarak ülkemizin tüm yörelerinde mevcut kültürel değer ve doğal varlıkların araştırılması ve turizme kazandırılması bir ihtiyaç haline dönüşmüştür. Kırsal turizmin oluşması ve gelişmesi, bu alanda faaliyet gösteren firmaların artışı tam da bu yüzdendir (Soykan, 2003).

Değişen ve gelişen tüketici ihtiyaçlarını takiben, çeşitlenen turizm sektörü hizmetleri içerisinde yer alan kırsal turizm alanındaki hizmetlerin yetersizliği birçok ülkede fark edilip bu alana ilgi ve yatırımlar artmış olmasına rağmen Türkiye’de gereken desteği görememiştir (Şerefoglu, 2010). Bu sebeple bu çalışma içerisinde ülkenin turizm konusunda ana problemlerinden biri olan kırsal turizm destinasyonlarının potansiyelinin ortaya çıkarılıp canlandırılması konusuna odaklanılmıştır. Bu çalışma ile birlikte Türkiye’deki kırsal turizm destinasyonlarıyla ilgili çalışma boşluğunun azaltılması, ilgili destinasyonların gereken ilgiyi görmesi hedeflenmektedir. Bu alanda ilgi çekmek adına atılacak adımların belirlenmesinde u literatürde yer alan ilgili teorik ve uygulamalı çalışmalar değerlendirilmiş ve uygulama önerileri hazırlanmıştır. Uygulama alanı olarak Türkiye’de Trakya Bölgesi’nde kırsal turizm ve turizm destinasyonu açısından gelecek vaat eden yerlerden Büyükçekmece gölü ve İğneada Longoz ormanları seçilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Kırsal Turizm

Şehirde yaşayan kişiler genellikle kırsal alanlara rekreasyonel amaçlı günübirlik veya akraba-tanıdık ziyaretleri için giderken, özellikle kırsal yaşam biçiminin çekiciliği, kırsal turizmde stres ve baskı yaratacak sınırlamaların ve zorunlulukların olmayışı kırsal turizme yönelmelerinin nedenlerindedir. Ayrıca kişilerin kendilerini özgür hissetmelerini sağlayacak olanakların varlığı, günümüzde gerek hafta sonları, gerekse mevsimlik olmak üzere yıllık tatillerde bu ortamlara yoğun ziyaretleri beraberinde getirmiş, böylece “kırsal turizm” denilen bir turizm türü doğmuştur (Soykan, 1999).

Kırsal bölgelerde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini açıklamak için birçok tanım vardır ve bu tanımlar temel olarak kırsal alanda gerçekleştirilen tüm turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Literatürde kabul görmüş tanımlar Tablo 1 içerisinde öne çıkan özellikleriyle birlikte sunulmaktadır.

Tablo 1 içerisinde yapılan tanımlamalardan yola çıkarak kırsal turizm özelliklerinden bahsetmek yerinde olacaktır. Kırsal turizmin en önemli özelliklerinden olan belirli bir bölgenin kırsal kültürünün o bölgeye has ürünlerle ilişkisi vardır. Kırsal turizm genellikle doğal ürünlerden oluşan hizmetler ile sağlanmaktadır (Veer ve Tuunter, 2005).

Tablo 1: Kırsal Turizm Tanımları ve Öne Çıkan Özellikler

Kaynak	Tanım	Öne çıkan özellikler
Küçükaltan, (1997)	İnsanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyaretleri, buralarda tarım üreticilerinin ürettikleri mal ve hizmetleri, yörenin doğal dokusuna uygun mekanlarda talep ederek ve yörede para arttırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkilerin bütünüdür.	Yörenin doğal dokusuna uygun alanlardaki ilişkilerden bahsedilmektedir. Tarım arazileri üzerine inşa edilen işletmeler değil, çevresinde yeşil alan ya da tarım arazisine sahip bulunan genişletilmiş çiftlik evlerine değinilmektedir. Ayrıca tarım üreticilerinin tarımsal üretimin yanında yerli veya yabancı turistlerden de bir ek gelir sahibi olmaları beklenmektedir.
EC, (1999)	Kırsal turizm, amacı tarımsal ya da yerel kültürel ya da tarihsel değerlerle iç içe bulunarak hoşça vakit geçirmek olan turistlere, onların beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek- içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür.	Küçük yerleşim yerlerindeki küçük ölçekli işletmeler özellikle ön plana çıkmaktadır.
Ligtenberg, vd. (2000)	Kırsal turizmin bünyesinde agro turizm, eko turizm, yeşil turizm ve doğa turizmi gibi farklı kavramlar ile karşılaşmaktadır. Bu kavramların bazı ülkelerde birbirinden farklı anlamlara gelecek şekilde kullanıldığı, bazı ülkelerde birbirlerinin yerine kullanıldığı da dikkat çekmektedir.	Kırsal turizm konusu araştırıldığında birçok kavram ile karşılaşmaktadır. Bu kavramlar kültürden kültüre bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Genel olarak ise kırsal turizm tüm kırsal faaliyetleri kapsamaktadır.
Oktik, (2002)	Doğal güzelliklerin, tarihsel veya kültürel zenginliklerin ön plana çıktığı; kent yaşamının dışında kalan ve tarımsal faaliyetlerin egemen olduğu bölgelerde turizmin gelişim göstermesiyle doğru orantılı olarak, o bölgelerde yaşayan toplumun da gelişim gösterdiği, yaşam kalitelerinin arttığı ve toplumun sosyal anlamda da değişime uğradığı bir turizm hareketidir.	Yöre halkının yöneldiği bir turizm hareketi olarak kabul edilmektedir.
Hall, vd. (2005)	Kırsal turizm; yerel kırsal hizmetler ile yerel olmayan kırsal hizmetlerin kullanıcıları arasında gerçekleşmesi, turizm faaliyetleri ve rekreasyonel kullanımınıdır.	Yerel kırsal hizmetler ve yerel olmayan kırsal hizmetler olarak iki kutup şeklinde değerlendirilmektedir.
Yılmaz ve Gürol, (2012)	Turistlerin, doğal ortamlarda tatillerini geçirmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla kırsal bir yerleşim alanına giderek, burada konaklamaları ve o yöre ya da bölgeye özgü gelenekleri, etkinlikleri izlemeleri ya da etkinliklere katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür.	Doğal ortamda geçirilen tatil ve gelenek, yöreye özgü etkinliklerin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir.

Kırsal turizmin sezonluk özelliği ile geleneksel turizmden daha yüksek dereceli sezon olduğu görülmektedir. Bir diğer özellik olan parçalanma özelliği ile kırsal turizm sık bölünmüş bir ürün olduğu bilinmektedir. Kırsal turizmde kalkınma çoğunlukla sınırlı bir uyum ve bireysel girişimcilikle gerçekleşmektedir. Bu bakış açısıyla kırsal turizmde sağlanan işbirliği ve koordinasyon eksikliği kırsal turizmin en büyük sorunlarından biri olarak görülmektedir. Ulusal organizasyonların bu işbirliği ve koordinasyonu sağlamak amacıyla kuruldukları göze çarpmaktadır. Aynı zamanda yerli ve yabancı pazarların kurulması ile daha fazla ziyaretçi çektiği görülmektedir. Özellikle kırsal destinasyonlarda kurulan pazarlara gelen turistlerin yerli turistler olduğu bilinmektedir. Kırsal turizmde kadınların özellikle tarımsal üretimde bizzat yer aldıkları görülmektedir (Şerefoğlu, 2009).

Kitle turizminin çekiciliğinin ve katılım oranının yavaş yavaş düşüşüne karşı 1990'lı yılların ortalarından itibaren alternatif turizm kavramı ortaya çıkmış ve bu paralelde turizm sektöründe yeni modeller geliştirilmeye

başlanmıştır. Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu '2023 Turizm Stratejileri' kitapçığında hedef alınan yeni turizm modelleri detaylı şekilde belirtilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Yapılan bu çalışmada kırsal turizm kavramının, alternatif turizmde öncelikli olarak geliştirilmesi amaçlanan turizm çeşitlerinin en önemlilerinden biri olduğuna değinilmiştir.

Kırsal turizm faaliyetlerinin gösterildiği destinasyonların yerel ekonomisinin gelişmesi ve ülke ekonomisinin de faydalanması mümkün olmaktadır. Kırsal turizm aracılığıyla yerel girişimlerin arttığı ve bu sayede ekonomik hareketlenmenin gerçekleştiği bilinmektedir (Kuşat, 2014). Kırsal turizmin ülke ekonomisine dolaylı olarak yaptığı katkı ve destinasyonlardaki bölgesel kalkınmaya destek vermesi dolayısıyla büyük bir güç haline gelmiştir. Gücünün farkına varılan kırsal turizm başlangıçta özellikle iç turizmi konu almıştır. Son yıllarda ise iletişim ve ulaşım olanaklarının artmasına paralel olarak uluslararası turizme de konu olmaya başlamıştır. Gelişmekte olan birçok ülke, kırsal turizmin kırsal bölgelerin kalkınmasında oynadığı önemli rolü fark etmekte geç kalmışlardır. Bu açıdan bakıldığında, kırsal turizmin bölgesel kalkınmaya katkısı iki binli yıllarda yaygın olarak anlaşılmaya başlanmıştır (Akça, 2004).

Kitle turizminin yok edici etkisine karşı tepki olarak ve yukarıda da değinilen farklılık arayışı ile ortaya çıkan ekoturizm kavramı günümüzde turizm sektörünün büyük bir hızla gelişen önemli bir alt sektörü olarak yılda milyarlarca dolar gelir yaratmaktadır. 1998'de 45 milyon kişi ekoturizm seyahati gerçekleştirirken, 2010 yılında bu rakamın 70 milyonun üzerinde olduğu belirtilmiştir. Dünya Turizm Organizasyonu (UNWTO) ekoturizm ve doğa turizminin genel olarak turizm endüstrisinden 3 kat daha hızlı büyüdüğünü açıklamıştır. (2004) Ayrıca bazı geleneksel turizm alanları doyma noktasına ulaşmış haldeyken, ekoturizmin istikrarlı bir şekilde büyüdüğü bilinmekte, büyümeye devam etmesi beklenmektedir (BAKA, 2012).

Kırsal turizm olgusunun hızlı bir şekilde yaygınlaşmasında; başta şehirlerde yaşayanların sosyo-ekonomik durumlarının yükselmesi, büyük şehirlerdeki yaşam zorluğu, hava kirliliği, gürültü ve stres gibi insanı zorlayacak birçok faktörden kaçma isteği gibi değişkenler etkili olmuştur (Halloway vd. 2006).

Yukarıda yapılan tüm tanımlamalardan anlaşılacağı gibi, kırsal turizm konusunda harekete geçen ve ivme kazanan ülkelerin turizm konusunda daha başarılı oldukları, turizm sektöründeki düşük sezonları bu yeni tür turizm modelleriyle değerlendirdikleri göz önüne alındığında kırsal turizmin ülke turizmine ve makro açıdan bakıldığında ülke ekonomisine olan etkileri yadsınamaz. Farklı turizm destinasyonlarının oluşturulmasıyla ve bu destinasyonların çeşitlendirilmiş hizmetler ile zenginleştirilmesiyle bölgenin ekonomisinin canlandırılması hem bölge sanayisine hem küçük ve orta ölçekli işletmelere katkı sağlayacağı açıktır. Bu durum mikro bakış açısıyla bölgede faaliyet gösteren işletmelerin kalkınmasına olanak sağlarken makro açıdan bakıldığında ülkenin turizm konusundaki rekabet gücüne güç katacağı düşünülmektedir.

2.2. Dünyada Kırsal Turizm

Dünyadaki kırsal turizm örneklerinin incelenmesi ve iyi uygulamaların yol gösterici olarak strateji belirlenmesi ve uygulamaların tasarlanmasında faydalı olacağı aşikardır. Bu bağlamda dünyada sunulan kırsal turizm hizmetleri ve sektörün dünyadaki durumu ile ilgili detaylı olarak bir inceleme yapılmıştır.

Kırsal turizm her ne kadar önemi son yıllarda artsa da yeni bir kavram değildir. 19. yüzyılda kentsel turizm yoğunluğundan ve hizmet sorunlarından dolayı turizm kırsal alana doğru kaymıştır. Bu dönemde gelişmiş ülkelerde görülen kırsal turizm faaliyetlerindeki gelişmeler demiryolu şirketlerinin de ilgisini çekmiş ve yatırımlarını kentselden kırsala doğru gerçekleştiren ulaşımın rahatlaması amacıyla yapmışlardır. Bu dönemde yapılan yatırımlar arasında özellikle Alpler ve Kanada Rocky dağları yapılan demiryolu yatırımları kırsal turizmde yapılan yatırımların öncüleri olarak sayılabilir (OECD, 1994).

Turizm, kentlerde olduğu gibi kırsal alanlarda da ekonomik büyümeyi canlandıracak bir katalizör, geri kalmış bölgelerin varlığını sürdürebilmesi için bir araç ve tüm bunların yanında kırsal yerel toplumun yaşam koşullarını geliştirecek bir etkinlik olarak görülmektedir (Briedenhann ve Wickens, 2004:71)

Avrupa'da kırsal turizm, kalkınma için yönlendirici bir güç olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda kırsal turizm çok geniş çaplı bir örgütlenme ile çeşitli ulusal ve uluslararası dernekler çatısı altında yönetilmektedir. Bu kurumlar arasında en önemlilerinden birisi Uluslararası Kırsallık-Çevre Kalkınma Derneğidir (International Rural

and Ecological Development Association: R.E.D).Dernek bünyesinde tarım-çevre-turizm adına sınır ötesi gruplarla ortaklaşa eğitim ve seminerler düzenlenmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltik, 2006).

Fransa'da 216.000 turizm işletmesi, dünyadaki turist sayısının %11'ini ülkeye çekmesiyle Fransız ekonomisine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (WTO, 2004:13). Fransa'da kırsal turizm sektörü çok sayıda ulusal ve yerel federasyondan oluşmaktadır. Kırsal Turizm Daimi Konferansı (CPTR) kırsal turizm organizasyonları ile devlet yönetimi arasındaki ilişkileri düzenleyen bir oluşumdur. Bahsi geçen bu kırsal halk sektörü Turizm Bakanlığı politikaları, Tarım Bakanlığı agro ve kırsal turizm ile ilgili diğer bakanlıkların arazi düzenlenmesi, projelerin değerlendirilmesi, öncelikli bölgelerin belirlenmesi, açık hava boş zaman sporlarının yapılabilmesi ve sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilmesi adına bahsi geçen oluşumların koruması altındadır. Fransa'nın turizm destinasyonu ülkesi imajını artırmaya yönelik tutundurma çalışmaları Maison de la France tarafından yürütülmektedir. Kuruluşa devlet yetkilileri, bölgesel otoriteler, turizm profesyonelleri ve önemli ekonomi otoriteleri destek vermektedir. Ülkenin potansiyel ve mevcut turistlere tanıtım görevi bu kuruluş tarafından gerçekleştirilmektedir. Ülke yönetimi aynı zamanda "Turizmde Kalite Planı" hazırlamıştır.

İspanya'da kıyı turizmi oldukça ileri boyutlardadır. Varlığını sürdüren kıyı turizmine alternatif olarak kıyıda uzakta yaşayan dağ köylüleri turizme yöneltilmeye çalışılmıştır. Bu sayede yörede kırsal turizm etkili şekilde var olabilecektir. Ülkede hem teknik hem de yasalar ile ilgili eğitimler düzenlenmiştir. Eğitimler sonrasında eylem planına geçilerek onlarca ev kırsal turizm için düzenlenmiş ve faaliyete açılmıştır. Böylece projenin işletme süreci başlamıştır. Bu girişimlerin başarılı olduğu sonraki yıllarda evlerin tam kapasite doluluk oranı ile faaliyet göstermesinden anlaşılmıştır (Soykan, 2000). Aynı zamanda İspanya'da kırsal turizm kapsamında turistlere; kamp yapma, ata binme ve atlı gezi, doğa yürüyüşü ve dağ bisikleti gibi olanaklar sunulmaktadır (Esengül, 2005).

Almanya kırsal turizm konusunda en iyi örnekleri sergileyen rol model ülkelerden biridir. Kırsal turizm sektörünü tarım ile birlikte değerlendirmiştir. Bu sayede çift taraflı kazanım sağlayan girişimlerde bulunmuştur. Bu girişimler Almanya'da yaşayan çiftçilerin yaşam standartlarının yükselmesi, kırsal alanda yaşayan genç nüfusa istihdam olanakların sunulması ve kişi başına elde edilen gelirlerin artmasını sağlamıştır. Almanya çiftlik turizmi konusuna özellikle önem vermiştir. Bu eğilim 1990'lı yılların başında Almanya'daki çiftlikler ve burada yaşayan çiftçilerin odak noktası haline gelmelerini sağlamıştır. Kırsal turizm konusuna odaklanan ülke iç göçü de bu sayede önlemeyi amaçlamıştır (Esengül, 2005). Ayrıca günümüzde ülkede 14 milli park, 101 doğa parkı, 15 biyosfer koruma alanıyla geniş ekolojik bir coğrafyada kırsal turizm faaliyetleri yapılmaktadır. Medyada yer alan belgeseller ile de bu durumu desteklemektedirler.

Portekiz'de balıkçılıktan sağlanan gelirin yanı sıra yaz mevsiminde balıkçı köylerine gelen turistlere evlerini pansiyon olarak kullanmalarına olanak sağlayan ailelerin gelirlerinin yükseldiği görülmektedir. Avusturya'da ise Portekiz'deki uygulamadan biraz farklı olarak; dağ köylerinde yaşayan ailelerin turizm aracılığıyla ekstra gelir elde etmek için kendilerinin yaşadıkları evlerin bir bölümünü turistlere kiralamaları ve sonuç olarak ailelerin kişi başına düşen gelirinin belirgin şekilde artması paralelinde refah düzeylerinde de artış olduğu görülmektedir. Yeni Zelanda'ya gelen turistlere çiftliklerde konaklamalarına olanak sağlanması, çiftliklerde yaşayan aile fertleri tarafından üretilen geleneksel örgüler, bölgeye özgü giyim, hatıra, süs ve hediyelik eşyaların turistlere satılması ile çiftliğin tarım dışı gelirleri artmaktadır. Malezya tropikal bir iklime sahip olması dolayısıyla tüm diğer ülkelerden farklı kırsal turizm faaliyetleri yürütmektedir. Malezya'daki geleneksel yaşam tarzı yörenin kültürüyle harmanlanmış ve turizme aktarılmıştır. Kırsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği destinasyonlar tropikal meyve ağaçlarıyla çevrili evlerin de bulunduğu yerlerdir. Buraya gelen turistler hem bu tropikal bitki ve meyvelerden faydalanmakta hem de ülkenin otantik kültürel değerlerini yaşayabilme olanağı bulmaktadır. Kırsal turizm uygulaması olarak tüm bu uygulamaların yanı sıra yöre halkının gelenek ve göreneklerinin yaşatıldığı ve safari turlarının düzenlendiği turistik geziler de düzenlenmektedir (Gürbüz vd. 2002).

Macaristan'da kırsal turizm faaliyetleri ülke ekonomisine önemli katkılarda bulunmaktadır. Kırsal turizm faaliyetlerinin bilinirliğinin oluşması 19. Yüzyıla dayanmaktadır. Ülkede 1960'lı yıllardan itibaren kırsal turizm faaliyetleri bölgesel kalkınma planlarında yer almaya başlamıştır (Esengül, 2005).Bölgede organize edilen kırsal turizm aktiviteleri ülkenin kültürünü yansıtan folklor gösterileri, atlı gösteriler gibi etkinliklerden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra Macaristan'daki köyler, içmeler, sıcak sular, ırmaklar ve göller gibi doğal ve kültürel güzellikler

kullanılarak kırsal turizm faaliyetleri yürütülmektedir. Bu sayede hem ülkenin kültürü tanıtılmakta hem de doğal ve termal turizm faaliyetleri ile birleştirilmektedir (Ratz ve Pucko, 1998).

Japonya’da 19. yüzyılın sonlarından itibaren kırsal yaşama olan talep ve ilginin artmaya başlaması sonucunda devlet desteği ile yapılan tarım, ormancılık ve balıkçılığı kapsayan kırsal, çiftlik ve yeşil turizm teşvik edilmektedir (Akça, 2004).

Kırsal alanlar Finlandiya’da, diğer ülkelerden farklı bir bakış açısıyla politik amaçlar bakımından üç kategoride değerlendirilmektedir (Roberts ve Hall, 2005). Bunlar; takımadalar bölgesi de dahil olmak üzere yöre halkının yaşam alanı olan kırsal alanlar, en önemli kırsal alanlar ve kasabaların yakınındaki kırsal alanlardır. Finlandiya turizm konusuna pazarı bölümlendirerek yaklaşmıştır. Bu sayede kırsal turizm faaliyetlerini yürütürken odaklanma stratejisiyle tüm pazarlama, tutundurma ve rekabet edebilirliğini artırmıştır.

İrlanda’da kırsal turizm; genellikle konaklama ve çiftlik turizmi faaliyetleri çerçevesinde gerçekleşmektedir. Ülkede TEAGASC (<http://www.teagasc.ie/>) adında bir çiftlik danışma kurulu varlığını sürdürmektedir. Bu kurul sayesinde çiftçiler danışmanlık hizmeti ve eğitimler almaktadırlar.

Bulgaristan’da kırsal turizm; kırsal turizmi destekleyen bir program olan LEADER programı vasıtasıyla bölgeye dairesel yapıya sahip bir pazar alanı kurulmuştur. Ülkenin mimari bütünlüğünün sağlanması adına tek katlı evlerin varlığı dikkat çekmektedir. Aynı zamanda bölge halkı ve bölgeyi ziyaret eden turistlerin bilgi alabilecekleri bir turizm ofisi varlığını sürdürmektedir. Bölgede aynı zamanda çeşitli turizm aktiviteleri de dikkati çekmektedir. Bunlar arasında rafting, safari ve en önemlisi de kuş gözlemciliği ile mağaracılık yer almaktadır. Kırsal turizmi destekleyen programlar sayesinde kırsal turizm gelirleri bölge halkını ekonomik olarak ciddi oranda desteklemektedir (Şerefoğlu, 2006).

Danimarka’da kırsal turizm kendini yerleşim yerleri, kamp alanları, oteller ve tatil kulüpleriyle göstermektedir. Kırsal bölgelerde yer alan tarihi eserler (Egeskov kalesi vb.) de bu bölgelere olan ilgiyi artırmaktadır (Hall vd. 2006).

2.3. Türkiye’de Kırsal Turizm

Türkiye’de kırsal turizm denilince genellikle doğa yürüyüşü ve doğa sporlarını da içeren açık hava ve rekreasyon faaliyetleri, yöresel veya kültürel alışverişi ve günübirlik yeme içmeyi kapsayan günübirlik kırsal alan ya da köy ziyaretleri anlaşılmaktadır (Akça, 2004).

Türkiye’de kırsal turizm kapsamında yapılan çalışmalar; 1923-1924, 1963-1971, (DPT, 2006; Ahipaşaoğlu ve Çeltik, 2006) ve 1980li yıllarda gerçekleştirilen, aşar vergisinin kaldırılıp tarımda makineleşmeye gidilmesiyle başlayan süreçtir. 442 sayılı Köy Kanunu ile köylere hukuki bir kişilik tanınması ve Köy Enstitüleri’nin kurulması, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı kapsamında kırsal alanlara altyapı ve kamu hizmetlerinin sunumunun artırılmasının ardından Kalkınmada Öncelikli Yörelere belirlenmesi sağlanarak iç göçlerin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Kırsal turizmi geliştirme politikaları dört ana maddede sıralanabilmektedir. Bunlardan ilki yerel halk ile ülkeye gelen turistlerin buluşturulmasıdır. İkincisi ise pazarlama aktörlerinin birbirlerine yakınlaştırılmasıdır. Bu aktörler turizmde yer alan organizasyon ve federasyon üyeleri ile pazarlama faaliyetlerini yürütenlerin yakınlaştırılması şeklinde gerçekleşmektedir. Üçüncüsü yapılan ya da yapılacak olan girişimlerin etkinliğinin sağlanmasıdır. Son madde ise konuyla ilgili olan sorumluların harekete geçirilmesi faaliyetleridir (Soykan, 2006). Bahsi geçen faaliyetler *AB Kırsal Kalkınma Tüzüğü* ile de desteklenmiştir (T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2015).

Geçtiğimiz 2000-2006 turizm programlama döneminde, turizmle ilgili tüm aktivitelerin teşvik edilmesi 1257/1999 numara ile yer alan kırsal kalkınma konsey tüzüğü’nün 33. Maddesinde belirtilmektedir (Oskam vd. 2010). Turistik aktivitelerin çeşitlendirilmesi, tarımın turistik açıdan desteklenmesi, turistik aktiviteler ile el sanatlarının teşvik edilmesi ile alternatif gelir sağlama arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bunun yanı sıra konu edilen bu faaliyetlerin yanında kırsal alandaki mirasın farkına varılması ve korunması da önem teşkil etmektedir. Aynı dönemde Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ERDF) ve Yapısal Fonlar turizm açısından önemli bir mali alanda AB fonu sağlamaktadır (Tsarouhas vd. 2007). Bu fon yol ve havalimanı gibi altyapıların geliştirilmesi,

mesleki becerilerin artırılmasının yanında turizm işletmelerinin gelişimlerinin desteklenmesi ile ilgilidir. Aynı zamanda bu fon konaklama ve diğer turizm tesislerinin tamamının islah edilmesine de destek vermektedir. Bunun yanında yapısal fonlar turizmin gelişmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Örneğin kırsal bölgelerde, kırsal alanların korunması, yerel kültürel geleneklerin, yetenek ve becerilerin devamlılığına, köy ve kırsal alanların yenilenmesine ve “eko-turizm”, “spor turizmi”, vs. gibi yeni kırsal turizm pazarlarının oluşturulup geliştirilmesine katkı sağlamıştır.

Türkiye'nin süreklilik arz eden ve stratejik olarak uzun vadeli (2001-2023 dönemini kapsayan) gelişme stratejisi, Avrupa Birliği' ne tam üyelik süreci kapsamında hem ekonomik hem de toplumsal yeniden yapılanmayı temel amaç olarak belirlemiştir. Aynı dönemde bilgi toplumuna dönüşerek, 2010- 2020 yılları arasında bölgesel güç olarak etkinliğini daha da arttırmayı ve 2020'lerde ise dünya genelinde daha etkili bir dünya devleti olmak, temel amaçları arasındadır. Türkiye'nin temel amacına ulaşması için uzun vadeli kırsal kalkınma stratejisi, aşağıdaki alanlarda sağlayacağı katkı nedeniyle son derece büyük önem arz etmektedir (DPT, 2006).

Ürgüp Belediyesi Kapadokya yöresinin kırsal yaşamını tanıtmak amacıyla 50 milyon dolar bütçeli kırsal turizm projesi gerçekleştireceği ve proje kapsamında yerli ve yabancı turistlerin köy düğünlerine katılacağı, geleneksel köy yemeklerini pişirecekleri, inek ve koyun sağarak kırsal yaşamın içerisinde yer almaları beklenmektedir (Aydın, 2012). Ayrıca Ortahisar Belediyesi Kızılçukur Vadisinde güneşin doğuşu ve batışının izlenmesi amacıyla turlar düzenlendiği, Akdeniz, Marmara ve Ege Bölgeleri'ndeki köylerde geleneksel deve güreşlerinin düzenlendiği, turizm acentelerinin İpek Yolu üzerinde turlar düzenlediği, Erzincan ve Muğla'nın kırsal alanlarında, profesyonel yamaç paraşütü yapıldığı bilinmektedir.

3. KIRSAL TURİZMDE REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ

Dünyanın en büyük hizmet sektörlerinden biri olan turizm sektörünün giderek artan önemi özellikle 2. Dünya Savaşı sonrası anlaşılmıştır. Ülkelerin bu gelecek vaat eden sektörde varlıklarını sürdürmek ve güçlerini artırma çabaları doğal olarak turizmde rekabeti doğurmuştur. Bu rekabet gün geçtikçe daha da çekişmeli hale gelmiş, sektördeki hizmet ürünlerinin çeşitlenmesini sağlamıştır (Crouch vd. 1999). Günümüzde turizm sektörünün ülke ekonomilerine yaptığı katkıların göz ardı edilemeyeceği açıktır. Bu bakış açısını benimseyen birçok ülke, ekonomik büyüme ve kalkınma planları arasında turizm sektörünü ilk sıralara yerleştirmiştir. Ülkenin gelişmesi ve ekonomik büyümenin sağlanabilmesi için gerekli olan döviz rezervinin ülkeye girişini sağlamak, farklı istihdam olanakları yaratmak, ülkeler arası ticari pazar payını arttırmak amacıyla uluslararası turizm pazarında ülkeler birbirleri ile kıyasıya rekabet etmektedirler. Mevcut sistemde turizm alanında rekabetin en üst düzeyde yaşandığını söylemek doğru olacaktır. Bu aşamada rekabet ve rekabet gücü kavramlarını tanımlamakta fayda vardır. Rekabet “hedef tüketicilerin bir işletmenin sunduğu ürünleri muadilleri karşısında tercih etmesini sürdürülebilir şekilde sağlayabilme becerisi” olarak kabul edilmektedir (Zerenler, vd., 2007:654). Rekabet gücü kavramının genel kabul görmüş tek bir tanımı olmamasına rağmen (Kibritçioğlu, 1996:2), genel bir değerlendirme yapan Aiginger rekabet gücünü; refah yaratabilme gücü olarak tanımlamaktadır (Aiginger, 2006:162). Uzun vadede rekabetin sürdürülebilmesi, yalnızca içinde bulunulan ana ve tek bir destinasyona değil, aynı zamanda gelecek zamana ve yeni destinasyonlara odaklanılarak rekabetin değerlendirilmesini gerektirir. Kurumların rekabetteki değişim ve gelişime ayak uydurabilmeleri için insanların sürekli değişen, farklılaşan ihtiyaçlarına odaklanmaları gerekmektedir. Bu ihtiyaçlar dinamik ve esnek kaynaklardan yararlanma eğilimi olarak belirtilmektedir (Urban ve Dario, 2005).

Dünyada diğer ülkelerin turizmden aldıkları paylar Türkiye ile karşılaştırılmalı olarak incelendiğinde, Türkiye'nin tarihi ve kültürel zenginliklerinin yeterince değerlendirmediği görülmektedir (WTTC, 2015). Rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen kurumların veya ülkelerin, inovasyon kavramı ile yakından ilgilenmesi gereğini ortaya çıkarmıştır. Bu haliyle rekabet üstünlüğü ziyaretçi sayısı, kültürel ve tarihi değerlerin tanıtımı ile sunumu, turizm servis kalitesi ve nihai olarak turist memnuniyeti öne çıkan faktörlerdir (Deveci, vd. 2013). Konuya biraz daha açıklık getirmek gerekirse; kırsal bölgelere gelen turist sayısının miktar olarak artması ile turistlerin nitelik açısından değişkenlik göstermesi sonucunda bahsi geçen destinasyonlara turist çekebilmenin farklı yollarının olduğunu göstermektedir. Kültürel ve tarihi zenginliklerin tanıtım ve sunumu konusunda inovatif yol izlenmesi gerektiği açıktır. Ülkemizde her ne kadar tarihi zenginliklerin farkına varılsa da pazarlamadaki odaklanma stratejisi ile bölgelerin tanıtım faaliyetlerinin daha etkin olacağı açıktır. Böylece kırsal turizmde rekabet üstünlüğünün yaratılması amaçlanmaktadır. Bu konuda ise başarı kriterlerini belirlemek olabildiğince zor bir

işlemdir. Bunun sebebi objektif faktörler olan ziyaretçi sayısı, pazar payı, gelen turistlerin harcamaları ve turizm endüstrisine yapılan katkılara ek olarak birçok sübjektif faktörün de başarı kriterleri arasında yer almasıdır. Bu sübjektif kriterler arasında kültürel ve tarihi zenginliğin derecesi, servis edilen turizm hizmetinin kalitesi ve turistlerin memnuniyet seviyesi de başarı kriterleri arasındadır. Tüm bu açıklamalar neticesinde turizmde rekabet edebilmek için çok boyutlu bakış açısına sahip olmak ve turizm destinasyonlarının rekabet edebilirliğinin artırılması gerekmektedir. Söz geçiren bu boyutlar ilgili literatürde de yer bulmaktadır.

Tablo 2 içerisinde de bir özeti sunulan konuyla ilgili literatür incelendiğinde (Haaiti ve Yavaş,1983; Heath ve Wall, 1992; Goodrich,1997; Kozak ve Rimmington, 1999, Enright ve Newton, 2004, Enright ve Newton, 2005) turizmde rekabet konusunda yapılmış en kapsamlı çalışmanın Ritchie ve Crouch'a(2003) ait olduğu görülmektedir. Araştırmacılar rekabet kavramını öncelikle ülke bazında, ardından mikro çerçevede endüstri bazında, sonrasında daha da detaylandırarak ürün ve işletmeler bazında turizm destinasyonuna uyarlayıp uygulamışlardır.

Tablo 2: Destinasyon Rekabeti Tanım ve/ya Özellikler

Kaynak	Tanım - Özellik
Ritchie ve Crouch (2003)	Destinasyonların rekabet gücünü, bir turizm bölgesinin yerleşimlerine yüksek bir hayat standardı sağlayan olanaklardır. En önemlisi turizm rekabet gücünün sağlanabilmesinin destinasyonların gelişmelerinin sürdürülebilir temellere bağlanması gerektiği açıkça belirtilmiştir.
d'Hauterres (2000)	Bir turizm destinasyonunun piyasa payını ve gücünü sürdürmesi, koruması ve zamanla onu geliştirmesi olarak belirtilmektedir.
Mihalic (2000)	Çevresel bir bakış açısıyla turizm bileşenlerini doğal ve yapay (insan yapımı) olarak tanımlamaktadır.
Pearce(1997)	Sistemik bir analiz metodu ve değerlendirme teknikleri ile rekabet etmedeki farklı özelliklerin kıyaslanması anlamına gelmektedir.
Poon (2002)	Destinasyon rekabeti, inovatif bir girişim gerektiren bir süreçtir. Bu süreçte destinasyonlar rekabet güçlerini elde edebilmek için belirli prensiplere dikkat etmeleri gerekmektedir. Bu prensipler öncelikle çevre bilinci politikasının olması, öncü sektörün turizm olması, Pazar kanallarının güçlendirilmesi ve turizmde dinamik bir yapının varlığının unutulmamasıdır.
Go ve Govers(2000)	Turizm destinasyonunun başarısını kalite yönetimindeki başarı ile bütünleştirmiştir.
Peattie ve Peattie (1996)	Turizm pazarlamasında satış geliştirme amacıyla yapılan fiyat kaynaklı promosyon faaliyetlerinin turizm rekabetinde önemli etkilerinin olduğunu düşünmekte ve destinasyon rekabet üstünlüğünün düşük fiyat politikalarıyla elde edilebileceğini savunmuşlardır.
Prideaux(2000)	Destinasyon rekabeti, çift taraflı turist akışı olan ülkeler arasındaki çift yanlı turizm akışıyla açıklamaktadır. Bu yol ile destinasyon rekabetinin sağlanabileceğini ileri sürmüştür.
Enright ve Newton (2004)	Turizm destinasyon olarak Hong Kong'un rakip destinasyonlar karşısındaki (on destinasyon) rekabetçi gücünün değerlendirmesini turistik çekicilik faktörleri ve işletme faktörleri ile değerlendirmişlerdir.
Berli ve Martin 2004; Lin vd. 2007; Halbrook 1978	Turizm konusunda etkin bileşen öncülü bilişsel bileşendir ve bu bileşen turistlerin nesnelere destinasyonlar arasındaki bağı kurmalarını sağlar.

Destinasyon pazarlamasında rekabet gücünün sağlanabilmesinde önemli problemlerden birisi sürdürülebilir ve rekabetçi turizm için hangi faktörlerin etkili olduğunun belirlenmesidir. Destinasyon rekabetinde genellikle fiyat seviyelerine ve onların talepteki etkilerine odaklanmış (Dwyer vd. 2001; Song ve Witt, 2000) olsa da bazı araştırmacılar fiyat rekabetinin ötesinde farklı faktörlerin talep üzerindeki etkilerini ortaya koymuşlardır (Gooroochur ve Sugiyarto, 2005). Son on yılda yaptıkları araştırmalar ve bunların sonuçlarıyla öne çıkan Crouch ve Richie (1999) bu konudaki anahtar referans olarak görülen çalışmalara imza atmışlardır. Araştırmacıların

önerdikleri çerçevenin temel gücü, tüm ilgili faktörlere entegre olabilmesi ve destinasyon turizmi rekabetçiliğine şekil vermesinden gelmektedir. Yaptıkları araştırma ile destinasyon rekabetçiliğini 4 ana faktör ve 2 çevre faktörüyle açıklamışlardır. Bunlar: kaynak ve çekiciliklere odaklanma, değişken ve kaynakları destekleme, destinasyon yönetimi, destinasyon politikalarını planlama ve geliştirme ile yeterlilik belirleme şeklinde sıralanmaktadır. Bu ana faktörlerin yanında mikro ve makro çevre faktörlerinin de rekabetçi güç üzerinde etkin olduğu öne sürülmüştür. Tüm bu faktörleri kapsayan model literatürde Destinasyon Rekabetçiliği ve Sürdürülebilirlik Modeli (Ritchie ve Crouch, 1993) olarak da anılmaktadır.

Belirli bir aşamaya kadar destinasyon rekabetinin artırılabilmesi, öncelikle destinasyonun turistlere cazip gelmesine bağlıdır. 2011 yılında Crouch'un yaptığı araştırmaya göre beş boyutu olan Calgary Modelindeki en önemli boyutunun Temel Kaynaklar ve Çekicilikler boyutu olduğu öne sürülmüştür (Crouch, 2011).

Ayrıca destinasyonların markalaşması ve tutundurulması, projelendirme becerisi ve yaratıcılığa bağlıdır. Bu durum öncelikle destinasyonla ilgili farkındalık yaratılması sonrasında ise alternatif destinasyonlardan farklılaşarak ayrışılması için rekabet edebilirliğin artırılmasını sağlayacaktır (Gartner, 2009). Bölgesel ortak markaların yaratılmasının turistlerin destinasyonlara yönelik olumlu tutum geliştirilmesi ve olumlu ilişkilendirmeler kurması için etkili olduğu görülmektedir (Cai, 2002:720). Markalar birlikte yaratılan destinasyon imajı destinasyon rekabetini etkileyeceği gibi (Pike, 2007), turistlerin seçimlerini ve onların memnuniyet seviyelerini de etkileyebilmektedir (Wang, 2010).

4. UYGULAMA ÖNERİLERİ

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda Büyükçekmece Gölü çevresi ve İğneada Longoz ormanlarının rekabet edebilirliğinin artırılması amacıyla uygulama önerilerinde bulunulmuştur. İlgili devlet kurumlarının ve Sivil Toplum Kuruluşlarının desteklerini alabilmek için (İSKİ Su Havzaları Genel Müdürlüğü, Büyükçekmece Çevre Kültür ve Turizm Derneği, Büyükçekmece Belediyesi Park ve Bahçeler Müdürlüğü) bu kurum ve kuruluşların getirdiği öneriler de dikkate alınarak oluşturulmuştur. Uygulama önerileri literatürden desteklenerek oluşturulan kategoriler üzerinden belirlenmiştir.

4.1. Altyapı Oluşturma- Geliştirme ve Sunulan Olanaklar

Büyükçekmece Gölü çevresi ile İğneada Longoz Ormanları yürüyüş/koşu parkuru tasarım ve altyapı çalışmaları gerçekleştirilmelidir. Bu çalışmalar sayesinde göl ve çevresinde hem çevreye dost alanlar oluşturulacak hem de sonraki aşamalarda bahsedilecek olan pazarlama aksiyonlarına destek olunacaktır. Belirlenen tüm rekreasyon alanlarında bilgilendirme tabelalarının tasarımlarının ve altyapı çalışmalarının belirlenmesi ile hizmet yönetimi faaliyetlerine destek olunacaktır. Hobi alanlarının oluşturulması ile hedef kitlelere sunulabilecek hizmetlerin çeşitlendirilmesi sağlanacaktır. Bu aşamada yalnızca doğal ahşap malzemelerle hobi evleri oluşturulması planlanmıştır. Ayrıca botanik bahçe, tıbbi ve aromatik bitkilerin yer alması planlanan alanın ve arboretum alanının tasarım ve altyapı çalışmalarının da gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu sayede yeterlilik belirleyiciler tarafından yapılan kısıtlamaların bir nebze azaltılması amaçlanmaktadır.

İğneada'da yer alan Longoz (Su-basar) ormanları çevresi ile Büyükçekmece Gölü ve çevresinde, çevreyle barışık konaklama ve kamp olanaklarının sağlanabileceği düşünülmektedir. Bu sayede kırsal destinasyon alanında hem rekreasyonel yapılanmanın sağlanması hem de bu alandaki kırsal turizm faaliyetlerinin büyük ölçüde canlılık kazanması beklenmektedir.

Engelli kişilerin tüm alanları rahatça kullanabilmeleri ve fırsat eşitliğinin yaratılabilmesi için tasarım ve altyapı çalışmalarının planlanması ile tüketici öznelliğindeki kişiye özel uygulamaların kısmi olarak gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.

İhtiyaç alanları tasarım ve altyapı çalışmalarının yapılması: Bu çalışma ile yeni rekreasyon alanlarının oluşturulması ve destinasyonun rekabet edebilirliğinin güçlendirilmesi amaçlanmaktadır.

İzci kampı, güneş panelleri ve atık su arıtma tesisi tasarımı ve altyapı çalışmalarının planlanması amaçlanmaktadır. Bu tasarım ve altyapı çalışmaları sonrasında destekleyici faktörlerin artırılması amaçlanmaktadır.

4.2. Pazarlama İletişimi /Bilgilendirme

Büyükçekmece Gölü ve İğneada Longoz Ormanları çevresine yapılacak oyun istasyonları ile istasyon içi bilgilendirme tabelaları, temalı oyun düzeneği, ip parkurları, çocuklar için spor yapacakları alanlar, bedensel aktiviteli oyun düzeneği, bedensel aktiviteli temalı oyunlar, temalı yarışmalar, bedensel aktiviteli yarışmalar, oyun parkı, beceri oyunları alanı, zeka ve beceri oyunları alanı, bayrak (stafet) yarışları, uçurtma şenliği, satranç turnuvası, mini golf sahası, animasyon oyunları alanı, sanat atölyesi, kule yapma gibi oyunların yapılacağı alanların tasarım ve altyapı çalışmalarının planı ve göl çevresi etkinlik haritasının çıkarılması ile özellikle destinasyon politikaları planlaması ve gelişimine katkı sağlanacaktır.

Kişiyeye özel uygulamalar için yapılması önerilen çalışmalardan bazıları; misafir ilişkileri yönetiminin etkin şekilde uygulanması, kişilerin tercihleri doğrultusunda destinasyonların turistlerin tercihlere uyumlu (fiyat indirimi, promosyon, taksitlendirme, ekstra haklar vb.) hale getirilmesi sağlanması düşünülmektedir. Bununla birlikte hem temel turizm kaynaklarının yönetimi ve organizasyonuna hem de destinasyon politikalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Trakya bölgesinde yer alan Longoz ormanlarının kırsal turizm açısından kaynak olarak görülüp çekiciliğinin artırılması, destinasyon rekabet yönetimi açısından tüm faktörlere uygun olmakla birlikte bu uygulamaların aynı zamanda bu destinasyonu tercih edecek turistlere özel uygulamalar ile de desteklenmesi düşünülmektedir.

Büyükçekmece Gölü ve İğneada Longoz Ormanları çevresinde gerçekleştirilmesi planlanan bu çalışmanın kırsal turizm potansiyelini artırmasının yanında bölge imajına da olumlu anlamda etki etmesi hedeflenmektedir.

Dünyadan kırsal turizm örnekleri verilirken ülkemizin pazarlama iletişimi ve bilgilendirme çalışmaları konusunda ne kadar eksik olduğu da ortaya çıkmıştır. Bu çalışmaların yapılmasıyla birlikte bütünlük pazarlama iletişimi bağlamında değerlendirildiğinde de pazarlama bakış açısıyla da ve hatta turizm pazarlaması bağlamında da olumlu sonuçlar alınması beklenmektedir. Bu sayede konuyla ilgili eksiklikler giderilecektir.

4.3. Kolaylaştırıcı Unsurlar

Ulaşım imkanlarının ve kırsal turizm destinasyonu ile metropol arasındaki servis- ulaşım güzergahlarının planlanması- destinasyon politikaları planlanması ve gelişimi değişkenine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kırsal turizm konusu ile birlikte çevrenin korunması ve bitki yetiştirme olanaklarının sunulması ile birlikte temel kaynak çekiciliklerinin arttırılacağı düşünülmektedir.

Bununla birlikte kırsal turizm destinasyonlarında oluşturulacak eğitim alanları- bilgilendirme alanları, ağaç dikme, longoz ormanını gezme, çevredeki bitkileri tanımak için yapılacak faaliyetler sayesinde temel kaynak çekiciliklerinin artırılmasının yanında temel turizm kaynaklarının yönetileceği düşünülmektedir. Bu sayede destinasyona gelen turistlerin ormanı gezme, bitkileri tanıma gibi olanaklara sahip olurken aynı zamanda çevre konusunda bilinçlenmeleri sağlanmış olacaktır.

Kırsal turizm destinasyonunda gerçekleştirilmesi planlanan ticaret alanı ile yerli halkın yeme içme kültürlerini, yaşam şekillerini, geleneklerini sergileyebilecekleri Pazar alanı oluşturulması düşünülmektedir. Bu sayede yerel halkın ek gelir elde edeceği düşünülmektedir. Rekabet edebilir destinasyon oluşturma modelindeki hizmet yönetimi değişkenine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sunulan olanaklar ve gerçekleştirilmesi planlanan faaliyetler ile çevreyi tanıyan ve doğayı nasıl kullanıp koruyacağını bilen kişilerin hayata kazandırılması beklenmektedir. Spor yapan birey sayısında artış beklenmektedir. Bu sayede yetkili kişiler tarafından yapılan kısıtlamaların azaltılması amaçlanmaktadır.

5. SONUÇ

Literatürde turizm destinasyon rekabet gücünün artırılmasına yönelik yapılan çalışmalar ışığında ortaya çıkan etkenler ve bu etkenlere bağlı olarak hazırlanan uygulama önerileri ışığında, Türkiye’de kırsal turizm destinasyonlarının rekabet edebilirliğinin artacağı düşünülmektedir. Ayrıca kırsal destinasyonlarda yaşayan yerel halkın gelirlerinin artması, hem kendi ekonomilerine hem de ülke ekonomisine yarar sağlayacaktır. Tüm bunların yanında kırsal turizm destinasyonları olanaklarını olması gerektiği gibi kullanan ülkeler arasında Türkiye’nin de yerini alması, turizm destinasyon rekabet gücünün artırılması beklenmektedir. Bu sayede turizm pazarlama faaliyetlerinin artacağı ve ülke turizmüne önemli ölçüde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kırsal destinasyonda ülkemizin yukarıda belirtilen ülke örneklerinde görüldüğü gibi rekabetin artırılması adına uygulama ve tutundurma önerileri getirilmiştir. Bu öneriler konuyla ilgili taraflardan alınan öneriler ile literatürde yer alan uygulamalar harmanlanarak oluşturulmuştur.

Kırsal destinasyonların kullanım alanlarının etkinliğini artıracak olan yürüyüş- koşu parkuru, izci kampı altyapı ve tasarım çalışmaları, bu alanlardaki bilgilendirme tabelalarının yer alması önerilmiştir. Bu sayede spor ve sağlıklı yaşamın teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Bu alanlar dünyadaki örnekler incelendiğinde benzer şekillerde değerlendirildikleri görülmektedir. Bu alanlarda spor faaliyetlerini gerçekleştirecek olan turistlerin bilgilendirme tabelaları ile hem tarihi, kültürel ve sosyal özelliklerin tanıtılması amaçlanmaktadır.

Hobi alanlarının oluşturulması, ihtiyaç alanları tasarım ve altyapı çalışmalarının yapılması önerilmiştir. Kırsal destinasyonda hobi alanlarının oluşturulması ile kişinin bahçe ekimi- toprak bilgisinin artırılması, bireysel ürünlerin yetiştirilebilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca bu alanda kişisel ihtiyaçların giderilebilmesi için ilgili yasal düzenlemeler göz önüne alınarak doğaya uygun alanların oluşturulması önerilmektedir. Aynı zamanda oyun alanlarının da oluşturulması önerilmektedir. Bu alanda oluşturulması önerilen Pazar alanı ile yerel halkın kültürünün tanıtılması, yeme- içme kültürü ile yaşam tarzının hissedileceği, yöresel ürünlerin sergilenmesi önerilmektedir. Bu sayede kırsal destinasyon çekiciliğinin artırılacağı ve tutundurma çalışmalarının destekleneceği düşünülmektedir.

Destinasyonun enerji ve atık ihtiyaçlarının karşılanması için güneş panelleri ve atık su arıtma tesisinin kullanılması önerilmektedir. Bu sayede bu alandaki bilinç ve farkındalığının artırılmasının yanında doğayla uyumlu araç ve gereç kullanılacaktır. Tüm alanların engelli kişilerin rahatça kullanabilecekleri şekilde tasarım ve altyapı çalışmalarının yapılması önerilmektedir.

Destinasyonda uygun görülen bir alanda çevre, çevre koruma, bitki yetiştirme, toprak bilgisi, doğal enerji kaynakları gibi sürdürülebilir büyümeyi destekleyen konularda verilecek olan eğitimler için uygun alanların altyapı ve tasarımlarının yapılması önerilmektedir.

Destinasyon-metropol arası ulaşım imkanlarının sağlanması adına servis imkanlarının sunulması önerilmektedir. Böylece turistlerin en büyük sorunlarından biri çözülmüş olacaktır.

Büyükçekmece gölü ve İğneada Longoz ormanları özelinde verilmiş olan uygulama önerilerinin ülkemizde birçok farklı alana uygulamalarının yapılması mümkündür. Bu çalışma gerek Trakya bölgesinde adı geçen bu bölgelerin turizm rekabet gücünün artırılması, yerel ve kırsal ekonomilerin gelişmesi gerekse diğer bölgelerdeki uygulamalar için yol gösterici olacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. & Çeltak, E. (2006). Sürdürülebilir Kırsal Turizm, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Aiginger, K. (2006). Competitiveness: From a Dangerous Obsession to a Welfare Creating Ability with Positive Externalities”, The Journal of Industry, Competition and Trade, No: 6(2), s.162.
- Akça, H. (2004). “Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Turizm”, Ekonomik ve Teknik Dergi Standard, Yıl: 43, Sayı: 513, Ajans-Türk Matbaacılık, Ankara, s.64-70.
- Aydın, O. (2012). AB’de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye’de Kırsal Turizm, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (23), s. 39-46, ISSN: 1309-9132
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA). (2012). Ekoturizm Sektör Raporu, Eylül.
- Berli, A., & J. D. Martín. (2004). “Tourists’ Characteristics and the Perceived Image of Tourist Destinations: A Quantitative Analysis—A Case Study of Lanzarote, Spain.” Tourism Management, 25 (5), s. 623-36
- Cai, L. (2002). “Cooperative Branding for Rural Tourism Destinations.” Annals of Tourism Research, 29 (3), s. 720-42.
- Crouch, G. I. (2011). “Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes.” Journal of Travel Research, 50 (1), s. 27-45
- Crouch, G. I., & J. R. B. Ritchie. (1999). “Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity.” Journal of Business Research, 44 (3), s. 37-52.
- Çeken, H., Dalgin, T., & Çakır, N. (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri, International Journal of Social and Economic Sciences 2 (2): 11-16, ISSN: 2146-5843, E-ISSN: 2146-0078
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi International Journal of Social and Economic Sciences 3 (2) 29-34, s. 29-34, ISSN: 1307-1149, E-ISSN: 2146-0086
- D.P.T. (2006). 1923-1980 Ulusal Kalkınma Stratejisi, s.6
- d’Hauteserre, A. M. (2000). Lessons in Managed Destination Competitiveness: The Case of Foxwoods Casino Resort, Tourism Management, 21 (1), s.23-32.
- Dwyer, L., P. Forsyth, & P. Rao. (2001). “PPPs and the Price Competitiveness of International Tourism Destinations.” Joint World Bank–OECD Seminar on Purchasing Power Parities. Washington, DC: OECD.
- Enrigh, M. J. & Newton, J. (2004). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach, Tourism Management, 25 (6), s. 777-788.
- Enrigh, M. J. & Newton, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality, Journal of Travel Research, 43(4), 339-350
- Esengül, K. (2005), Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm, T.C. Sivas Belediye Başkanlığı Sivas Kaplıcaları ve Turizm Potansiyeli Sempozyumu, s.168-171.
- European Commission (EC), (1999). Towards Quality Rural Tourism, Enterprise Directorate General Tourism Unit, Brussels, s.151.
- Gartner, W. C. (2009). “Deconstructing Brand Equity.” In Tourism Branding: Communities in Action (Bridging Tourism Theory and Practice), Vol. 1, Editörler: L. A. Cai, W. C. Gartner, ve A. Munar. Bingley, UK: Emerald, s. 51-63.
- Go, F. M. & Govers, R. (2000). Integrated Quality Management For Tourist Destinations: a European Perspective on Achieving Competitiveness, Tourism Management, 21 (1), s. 79-88.
- Goodrich, J. N. (1977). Differences in Perceived Similarity of Tourism Regions: a Spatial Analysis, Journal of Travel Research, 16 (1), s. 10-13.
- Gooroochurn, N., & G. Sugiyarto. (2005). “Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry.” Tourism Economics, 11 (1), s. 25-43.
- Gürbüz, İ. B., Erol, A. O. & Yavuz, O. (2002). Dünya’da ve Türkiye’de Kırsal Turizm, Türkiye V. Tarım Ekonomisi Kongresi, 18-20 Eylül, İzmir: s.424.
- Haahti A. J. & Yavas, U. (1983). Tourists’ Perceptions of Finland and Selected European Countries as Travel Destinations, European Journal of Marketing, 17 (2), s. 34-42.
- Hall, D., Roberts, L. & Mitchell, M. (2005). *New Directions in Rural Tourism*. UK, s. 54-67.
- Halloway, C. J. & Taylor, N. (2006). *The Business of Tourism* Seventh Edition. England: Prentice Hall
- Heath, E. & Wall G. (1992). *Marketing Tourism Destinations: a Strategic Planning Approach*. Canada: J. Wiley.,
- Holbrook, M. B. (1978). “Beyond Attitude Structure: Toward the Informational Determinants of Attitude.” Journal of Marketing Research, 15 (4), s. 545-56

- Briedenhann, J. & E. Wickens. (2004). "Tourism Routes As a Tool For The Economic Development Of Rural Areas-Vibrant Hope or Impossible Dream?" , *Tourism Management*, 25, s.71
- Kıbrıçoğlu, A. (1996). "Uluslararası Rekabet Gücüne Kavramsal Bir Yaklaşım", *MPM Verimlilik Dergisi* 96(3), s. 109-122.
- Kozak, M. & Rimmington, M. (1999). Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations and Empirical Findings, *Hospitality Management*, 18 (3), s.273-28
- Kuşat, N. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm Ve Türkiye'de Uygulanabilirliği, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 10, Yıl 10, Sayı 2, ISSN: 1306 – 2174.
- Küçükaltan, D. (1997). "Trakya Ekonomisi İçin Bir Bölgesel Kalkınma Modeli: Kırsal Turizm", 7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi, 1. Kitap, İzmir 20-22 Ekim, Pro-Ofset Matbaacılık, İzmir, s. 212.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013, Ankara
- Ligtenberg, A., Beers, G., Goetgeluk R. & Rijswick, J.H. Van. (2000). The Use of Multi-Agents and Cellular Automata for Modelling a Changing Countryside. Plurality and Rurality The Role of the Countryside in Urbanised Regions. Agricultural Economics Research Institute (LEI), The Hague.
- Lin, C.-H., D. B. Morais, D. L. Kerstetter, & J.-S. Hou. (2007). "Examining the Role of Cognitive and Affective Image in Predicting Choice across Natural, Developed and Theme-Park Destinations." *Journal of Travel Research*, 46 (2), s. 183-94.
- Mazanec, J. A., K. Wöber, & A. H. Zins. (2007). "Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?" *Journal of Travel Research*, 46 (1), s. 86-95
- Mihalic, T. (2000). Environmental Management of a Tourist Destination a Factor of Tourism Competitiveness, *Tourism Management*, 21 (1), s. 65-78.
- OECD. (1994). *Tourism Strategies and Rural Development*, Paris, s.7
- Oktik, N. (2002). "Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Toplumsal Değişime Etkileri", *Muğla Üniversitesi Yayınları*: 29, Muğla Üniversitesi Basımevi, Muğla, s.24.
- Oskam, A., Meester, G. & Silvis, H. (2010). *EU Policy for Agriculture, Food and Rural Areas*, Netherlands s. 382-386.
- Pearce, D.G. (1997). Competitive Destination Analysis in Southeast Asia, *Journal of Travel Research*, 35(4), s. 16-24.
- Peattie, K. & Peattie S. (1996). Promotional Competitions: a Winning Tool for Tourism Marketing, *Tourism Management*, 17 (6), s. 433-442.
- Pike, S. D. (2007). "Consumer-Based Brand Equity for Destinations: Practical DMO Performance Measures." *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 22 (1), s. 51-61.
- Poon, A. (2002). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallingford, UK: CAB International.
- Prideaux, B. (2000). The Role of the Transport System in Destination Development, *Tourism Management*, 21 (1), s. 53-63.
- Ratz, T & Pucko, L. (1998). Sustainability in Hungarian Rural Tourism, *Rural Tourism Management: Sustainable Options*. International Conference, September 1998, SAC, Auchincruive, Scotland (www.ratztamara.com 26.06.2006). s.1.
- Ritchie, J. R. B. & G. I. Crouch. (1993). *Competitiveness of International Tourism: A Framework for Understanding and Analysis; Competitiveness of Long Hould Destination*. St. Gallen: AIEST
- Ritchie, J. R. B., & G. I. Crouch. (2010). A model of destination competitiveness/ sustainability: Brazilian perspectives, *RAP*, Rio de Janeiro, 44(5), s. 1049-66, ISSN: 0034-7612
- Roberts, L. & Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*, CABI Publishing, UK., s. 70-92
- Song, H., & St. F. Witt. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting*, Modern Economic Approaches. Amsterdam: Pergamon
- Soykan, F. (1999). "Doğal Çevre ve Kırsal Kültürlerle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, yıl:10, Mart-Haziran, Ankara, s.68.
- Soykan, F. (2000). "Kırsal Turizm ve Avrupa'da Kazanılan Deneyim", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: II, Türkçe-Eylül-Aralık, s.21
- Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm Ve Türkiye Turizmi İçin Önemi, *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11, İzmir.
- Soykan, F. (2006). "Avrupa'da Kırsal Turizme Bakış Açısı ve Kazanılan Deneyim", II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, Balıkesir, s.84-85
- Şerefoğlu, C. (2006). *Ortak Tarım Politikası Forumu, Yurt Dışı Dönüş Raporu*, Ankara: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, s. 1-3.
- Şerefoğlu, C. (2009). "Kırsal Alanda Kadının İstihdamı", *Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Dergisi*, Sayı:189 Ankara, s. 24-31.
- Şerefoğlu, C. (2010). AB'nde Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Öneriler, *EKEV AKADEMİ DERGİSİ Yıl: 14 Sayı: 45 (Güz)*, s. 299
- TEAGASC, <http://www.teagasc.ie/> Erişim Tarihi 12.01.2016

T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2015, "Tarım ve Kırsal Kalkınma Faslı" <http://www.tarim.gov.tr/Konular/Avrupa-Birligi-ve-Dis-lliskiler/Avrupa-Birligi/Tarim-Ve-Kirsal-Kalkinma-Fasli> Erişim Tarihi 05.01.2016

Tsarouhas, D., Ertugal, E. & Aybars, A.İ. (2007). *Bringing The Real Divide Social and Regional Policy in Turkey's Accession Process*. Ankara, s.44-72.

Uçar, M., Uçar, H., Kurnaz, A., & Kurnaz, A.H. (2012). Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi ve Fethiye Örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (22): 75-82, ISSN: 1309-9132.

Urban, S. & Dario V. (2005). "Reconciling Labour Flexibility With Social Cohesion, Facing The Challenge". Council of Europe Publishing Editions du Conseil de l' Europe, trends in social cohesion, No. 15, Council of Europe Publishing F-67075 Strasbourg Cedex ISBN 92-871-5813-4, Printed in Belgium, November.

Veer, M., & Tuunter, E. (2005). *Rural Tourism in Europe*, Hague. S. 14-15

Wang, C.-Y., & M. K. Hsu. (2010). "The Relationships of Destination Image, Satisfaction, and Behavioural Intentions: An Integrated Model." *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27 (8), s.829-43

World Tourism Organisation (WTO). (2004). *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*, s.13

World Travel and Tourism Council (WTTC). (2015). *Travel and Tourism Economic Impact 2015 Turkey*, Annual Report.

Yılmaz, Ö. G. & Gürol, K. N. (2012). "Balıkesir İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23): 23-32, ISSN: 1309-9132

Zerenler, M., Türker, N. & Şahin, E. (2007). "Küresel Teknoloji, Araştırma Geliştirme (Ar-Ge) ve Yenilik İlişkisi." *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 17:654-667.