

Güvende Yayla Şenliğine Katılan Ziyaretçilerin Kırsal Turizm Bilinç Düzeyinin Belirlenmesi

Rüveyda KIZILOĞLU¹, Semiha KIZILOĞLU², Tuba PATAN²

ÖZET: Türkiye'nin sahip olduğu zengin coğrafi özelliklerinden dolayı kırsal bölgelerde değerlendirilmeye hazır oldukça fazla kırsal turizm seçenekleri bulunmaktadır. Gümüşhane İli Kürtün İlçesine bağlı Güvende Yaylası değerlendirilmeyi bekleyen kırsal turizm potansiyeline sahip yerlerden biridir. Bu bağlamda yaylaya gelen ziyaretçilerin sosyo-ekonomik yapılarını ortaya koyarak kırsal turizm bilinç düzeylerini belirlemek araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaç için binary logit analizden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda ziyaretçilerin cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, çalışma durumu, fert sayısı, önemli buldukları sorunlar (konaklama, tanıtım, ekonomi ve haberleşme) istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca ziyaretçilerin yayla şenlikleri hakkında bilgi ve düşünceleri de alınmıştır. Bu araştırma ile tespit edilen ve istatistiki olarak ortaya konulan bu yetersizliklere çözüm bulunması gerektiği bir kez daha ortaya konulmuştur. Devlet tarafından kırsal turizm bölgelerine destek artırılabilir. Yayla şenlikleri yazılı ve görsel ya da sosyal medyalarından duyurulabilir.

Anahtar Kelimeler: Güvende yaylası, şenlik, bilinç düzeyi, kırsal turizm, Gümüşhane

Determining The Rural Tourism Awareness Level of Visitors Participating in Güvende Highland Festival

ABSTRACT: There are a lot of unspoiled rural tourism options in Turkey due to its rich geographical features. Güvende Highland in Kürtün County of Gümüşhane Province is one of these well-preserved rural tourism options waiting to be recognized. In this context, this study aimed to determine the rural tourism awareness level of visitors coming to the Highland by investigating the socio-economic structures of them. To do this, binary logit analysis was employed in the study. It was found as a result of the analysis that the gender of the visitors, marital status, education status, employment, the number of family members, problems they find important (accommodation, advertisement, economy and communication) were statistically significant. In addition, the visitors were interviewed about highland festivals. It was put forth once again that the limitations determined by this study and demonstrated statistically should be handled. State support to rural tourism areas should be increased. Highland festivals should also be introduced in mass and social media.

Keywords: Güvende highland, festival, awareness level, rural tourism, Gümüşhane

¹ Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi, Tokat, Türkiye

² Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi, Erzurum, Türkiye

Sorumlu yazar/Corresponding Author: Rüveyda KIZILOĞLU, ruveyda.kiziloglu@gop.edu.tr

GİRİŞ

Turizm, insanların sadece dinlenmek ve başka yerleri merak ettikleri için değil, gelişen her sektör gibi ticari, sportif, dini, sağlık gibi faaliyetlerin ihtiyacından da doğan bir sektör haline gelmiştir. Turizm, geçen yüzyılda yavaş yavaş gelişmeye başlayan ve bugün bacasız sanayi olarak nitelendirilen dev organizasyonlarla yürütülen bir faaliyettir (Kara ve Çavuş, 2014).

Sanayileşmenin gelişmesi ve yaşanan hızlı kentleşme ile birlikte günümüzde turizmin talep yönü değişim göstermiş, insanlar yorucu ve sağlıksız ortamlardan uzaklaşarak yazın deniz kıyılarına, kışın ise karlı, dağlık, ormanlık yörelere, kırsal alanlara yönelmişlerdir. Geleneksel kültürün zenginliği, doğal ortamların el değmemişliği, kent insanının rekreasyon gereksinimi gibi nedenler, günümüzde turizmin talep yönünü deniz, kum, güneş turizminin dışında kırsala doğru yönelterek kırsal turizmi cazip hale getirmiştir (Küçük, 2013).

Diğer taraftan kırsal alandan kentsel alanlara doğru nüfus göç hareketlerinin artışının en önemli nedenlerinden biri de Türkiye’de kentsel alanlar ile kırsal alanlar arasındaki gelişmişlik düzeyleri giderek artmasıdır. Bu bağlamda gelişmişlik farklarını giderilmesi için ve kırsal kalkınmanın öncüsü sektörlerden biri olan kırsal turizm öne çıkmaktadır (Kızılaslan ve Ünal 2014; Uçar ve ark., 2010; Çeken ve ark., 2007; Soykan, 2006; Esengül, 2005; Briedenhann and Wickens, 2004)

Özellikle coğrafi bakımdan kırsal alanların yoğunlukta olduğu yerlerde, tarım kuruluşlarının kırsal turizm konusunda teşvik edilmesi kırsal alanların hem tarım hem turizm kaynağı olarak kullanılarak, kırsal bölgelerin ekonomik büyüme ve gelişmesine önemli katkılar sağlanabilecektir. Bunun için turizm plan ve politikalarının belirlenmesinde, kırsal turizmin ekonomik ve sosyal fonksiyonu dikkatli bir şekilde değerlendirilmelidir (Küçük, 2013; Uçar ve ark., 2010).

Türkiye’nin sahip olduğu zengin coğrafi özelliklerinden dolayı kırsal bölgelerde değerlendirilmeye hazır oldukça fazla kırsal turizm seçenekleri bulunmaktadır. Gümüşhane İli Kürtün İlçesine bağlı Güvende Yaylası değerlendirilmeyi bekleyen kırsal turizm potansiyeline sahip yerlerden biridir.

Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan, Gümüşhane ili Kürtün İlçesi kuzeyde Trabzon, Batıda Giresun ile çevrilidir. Güvende Yaylası, Hünkar Hacı Bektaş-i

Veli talebesi Türkmen inanç önderi Güvenç Abdal hazretlerine hürmeten bu ismi almıştır. Güvende yaylasının rakımı 2 260 m’dir. Kürtün İlçesinden 23 km mesafededir. Yaylada, yaz mevsiminde, her cuma günü pazar kurulur. Pazarın çevresi yerleşim yerleri (obalar) ile çevrili olduğundan haftanın 7 günü pazar yerinde hizmet veren işyerleri bulunmaktadır. Alanda Ağustos ayında bile kar görmek mümkündür. Her yıl Temmuz Ayının 3. haftası Güvende Yayla Festivali yapılır (Patan, 2014).

Bu doğrultuda araştırmanın temel amacı; Güvende yaylasına gelen ziyaretçilerin kırsal turizme bakış açısını belirlemek ve bilinç düzeylerini ortaya koyduktan sonra istatistiki olarak etkileyen faktörleri belirleyip, kırsalda kalkınmaya bir etki yapabilmesi için neler yapılması gerektiği konusunda öneriler geliştirmektir.

MATERYAL ve YÖNTEM

Materyal

Bu araştırmanın materyalini, TR9 Doğu Karadeniz Bölgesi TR90 Trabzon alt bölgesinin TR906 Gümüşhane İli Kürtün İlçesi Güvende Yayla Şenliğine katılanlardan anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmuştur.

Verilerin Toplanması Aşamasında İzlenen Yöntem

Gümüşhane İli Kürtün İlçesi Güvende Yayla Şenliğine katılan ve tesadüfi seçilen 150 ziyaretçiyle görüşülmüştür.

Verilerin Analizi Aşamasında İzlenen Yöntem

Bu çalışmada Gümüşhane İli Kürtün İlçesi Güvende Yayla Şenliğine katılan ziyaretçilerinin kırsal turizm hakkındaki bilinç düzeyini belirlemek için anket sırasında ‘kırsal turizm kavramını biliyor musunuz?’ gibi benzer sorularla bilinç düzeyini ölçmek yerine, bilinç düzeyini belirleyici bir takım sorular sorulmuştur. Sorulan soruların her birine ilişkin puanlar verilmiştir. Her bir ziyaretçiye vermiş oldukları cevaplara göre puanları toplanmıştır. Ham puan olarak 21 puan olarak hesaplanmıştır. Ham puanın yarısına denk gelen 10.5 puan ve üstü puan alan ziyaretçiler bilinçli olarak değerlendirilmiş ve 1 olarak kodlanmıştır. 10.5 altı puan olan ziyaretçiler bilinçsiz olarak değerlendirilmiş ve 0 olarak kodlandırılmıştır. Bilinç düzeyini belirleyici sorular ve puanları Çizelge 1’de verilmiştir.

Çizelge 1. Kırsal Turizm Hakkındaki Bilinç Düzeyini Belirleyici Sorular ve Puanları

Sorular	Cevaplar	Puanlar	Frekans	%
1. Yöre için kırsal turizmin gelişmesi yörenizde herhangi bir değişikliğe yol açar mı?	Ekonomik değişiklik	1	100	66.67
	Sosyal değişiklik	1	42	28.00
	Kültürel değişiklik	1	46	30.67
	Değişikliğe yol açmaz	0	0	-
2. Yörede kırsal turizme yönelik olarak ne tür etkinlikler yapılabilir?	Otel ve pansiyon işletmeleri kurularak	1	27	18.00
	Tur düzenleyerek	1	37	24.67
	Doğa yürüyüşleri	1	68	45.33
	Şenlik ve Festival	1	42	28.00
	Spor etkinlikleri (at binme, bisiklet turları, avcılık, rafting vs)	1	47	31.33
	Çiftlikler Kurularak	1	21	14.00
	Kamp alanları kurularak	1	34	22.67
3. Kırsal turizm konusundaki çalışmalara ne tür destek verebilirsiniz?	Tanıtım ve reklam yaparak	1	42	28.00
	Yöresel el sanatları üretimi yaparak	1	49	32.67
	Yöresel ürün üretimi yaparak (süt ve süt ürünleri, hayvansal ve bitkisel üretim)	1	35	23.33
	Alışveriş yaparak	1	77	51.33
	Restoran işletmesi kurarak	1	18	12.00
	Kurulan işletmelerde çalışarak	1	30	20.00
4. Sizce Kürtün' de kırsal turizmin geliştirilmesinde neler yapılmalıdır?	Devlet desteklemeleri	1	32	21.33
	Tanıtım ve reklam	1	74	49.33
	Yöre halkının bilinçlendirilmesi	1	35	23.33
	Otel ve pansiyon kurularak	1	79	52.67
5. Sizce köyünüzde kırsal turizm için hangi ay için en uygundur?	Her ay	1	0	-
	Her hangi bir ay	0	150	100.00

Kırsal turizm bilinç düzeyini etkileyen sosyo-ekonomik faktörler Binary Logit modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Logit modelinde bağımlı değişken Dummy ve tahmin edilen olasılık değerleri 0 ile 1 arasında değişmektedir.

Bu araştırma için kullanılacak metotlardan birisi de Probit modeli olup Logit ile probit modelleri arasındaki temel farklılık modellerin olasılık dağılımlarına ilişkin varsayımın farklı olmasından kaynaklanmaktadır (Greene, 2011).

Diğer taraftan, Logit modelinde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni daha iyi açıkladığı kabul edildiği yani lojistik regresyon analizi ile yapılan çözümlenmeden elde edilen matematiksel modelin

yorumlanmasının daha kolay olduğu (Grimm and Yarnold, 1995; Tabachnick ve Fidell 1996; Tatlıdil, 1996; Akkuş ve Çelik, 2004; Leech et al, 2005; Poulsen and French, 2008; Kalaycı, 2010) için bu çalışmada Logit modelinin kullanımı tercih edilmiştir (Amemiya, 1983; Hatırlı ve ark., 2004; Cankurt ve ark., 2010). Lojistik regresyonun üç temel yöntemi vardır (Tatlıdil, 1996).

Bunlar, İkili Lojistik Regresyon (Binary Logistic Regression); Sıralı Lojistik Regresyon (Ordinary Logistic Regression); İsimli Lojistik Regresyondur (Nominal Logistic Regression) (Stephenson, 2008). Bu çalışmada İkili Lojistik Regresyon yöntemi kullanılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Ziyaretçilerin Genel Özellikleri

Görüşülen kişilerin bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri Çizelge 2’de incelenmiştir. Kişilerin %52.0’si kadın, %48.0’i erkektir. Ziyaretçilerin %64.7’si evli, %35.3’ü bekar oldukları belirlenmiştir. Görüşülen kişilerin ortalama yaşı 37.01 olarak bulunmuştur.

Görüşülen kişilerin eğitim durumları; %72.0’ı lise ve üstü eğitim gördüğü Çizelge 2’de görülmektedir. Ziyaretçilerin çalışma durumları incelendiğinde aktif olarak %75.3’ü çalışmaktadır.

Görüşülen kişilerin ortalama aylık geliri 2 841 00 TL olarak belirlenmiştir. Ziyaretçilerin günlük harcamaları 35.33 TL/gün iken aylık ortalama harcamaları 2 256 87 TL/ay yani gelirlerinin %79.44’nü harcadıkları hesaplanmıştır. Kişilerin harcama kalemleri incelendiğinde en fazla harcama kalemi %50.00 ile yeme içme, bunu sırasıyla %22.00 ile ulaşım ve %8.67 ile alışveriş takip etmektedir. Ziyaretçilerinin %94,00’nün (141 ziyaretçinin) sigortası olduğu belirlenmiştir. Evdeki hanehalkı sayısı ortalaması ise 3.83 olduğu görülmektedir.

Ziyaretçilerin %44.7’si Gümüşhane ilinden ya da civarından yaylaya gelirken %55.3’ü Gümüşhane il sınırının dışından geldiği belirlenmiştir (Çizelge 2). Buda yaylaya civar il ya da ilçelerden turistin ziyaret için katılımın gerçekten yüksek olduğunun bir göstergesi olabilir.

Ziyaretçilerin %84.0’ü yayla şenliklerine katılmak için geldiklerini söylerken, %16.0’sı şenliklere katılmak için gelmediğini söylemiştir. Buradan ziyaretçilerin büyük bir kısmının şenliklerden haberli olduğu sonucunu destekler.

Ziyaretçilerin yaylaya gelme diğer sebepleri incelendiğinde, akrabalarını ziyaret etme, tatil yapma, piknik yapma, doğa yürüyüşü ve sağlık için temiz hava almak için yaylaya geldikleri belirlenmiştir. Araştırma kapsamında görüşülen ziyaretçilerin yöreye gelmelerinin temel amaçlarının başında akrabalarını ziyaret etme gelmektedir. Ziyaretçilerin yarısından fazlasının il dışından geldiği göz önünde bulundurulursa yaylaya gelme sebeplerinin en önemlisi ziyaret amaçlı olması pekte yanlış olmayacaktır. Başka bir çalışma da ise ziyaretçilerin geliş amaçları ve tercih etmelerinin en önemli sebebi olarak piknik yapma olarak belirlenmiştir (Kızılaslan ve Ünal, 2013).

Ziyaretçilerin %10.0’nu ilk defa yöreye gelirken, %90.0’nı birden fazla geldiği belirlenmiştir. Yaylaya gelen ziyaretçilerin yarısından fazlası (%57.3) bir haftaya da bir haftadan fazla kalırken %42.7’si bir haftadan az kaldığı gözlenmiştir.

Ziyaretçilerin yörenin turizm yönünden görülen en önemli eksiklikler hakkında ki düşünceleri incelendiğinde, yarısından fazlasının (%82.7) ortak düşüncesi ekonomik desteğin yetersiz olduğunu söylemiştir. Ekonomik desteğin yetersizliğinin yanı sıra, %69.3’nün tanıtım yetersizliği olduğu, %56.7’sinin konaklama sıkıntısının olduğu ve %54.0’nün ulaşım ve haberleşmenin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Kızılaslan ve Ünal (2013) araştırmalarında Manisa spil dağı milli parkı kırsal turizm potansiyelini belirlemeye çalışmışlardır.

Araştırmalarında ziyaretçilerinin parka yönelik en önemli buldukları sorun konaklama ve ulaşım sorunudur. Gerek Manisa olsun gerek Gümüşhane olsun ziyaretçilerin ortak olarak konaklama ve ulaşımı en önemli sorunlar için de görmektedirler.

Çizelge 2. Ziyaretçilerin Genel Özellikleri ve İstatistikî Sonuçlar

Değişken, Gruplar ve Açıklaması		Frekans	%	Standart Sapma	Ortalama
Bağımlı Değişken					
Kırsal Turizm Bilinç Düzeyi Yüksek Olan:1		90	60.0		
Kırsal Turizm Bilinç Düzeyi Düşük ya da Olmayan:0		60	40.0		
Açıklayıcı Değişkenler					
Yaş	Sürekli Değişken				37.01
Fert Sayısı	Sürekli Değişken				3.83
Gelir	Sürekli Değişken				2 841 00
Cinsiyet	Kadın:0	78	52.0	0.501	
	Erkek:1	72	48.0		
Medeni Hal	Bekar:0	53	35.3	0.480	
	Evli:1	97	64.7		
Eğitim Durumu	Lise altı eğitim gören:0	42	28.0	0.451	
	Lise ve üstü eğitim gören:1	108	72.0		
Çalışma Durumu	Çalışmıyor (Emekli, İşsiz, İş arıyor,öğrenci): 0	37	24.7	0.433	
	Çalışıyor: 1	113	75.3		
Yakın	Gümüşhane ilinden geliyorsa:1	67	44.7	0.500	
	Gümüşhane ilinden gelmiyorsa:0	83	55.3		
Katılma	Yayla şenliklerine katılıyorsa:1	126	84.0	0.368	
	Yayla şenliklerine katılmıyorsa:0	24	16.0		
Ziyaret	Akraba ziyaretine geldiyse:1	138	92.0	0.272	
	Akraba ziyaretine gelmediyse:0	12	8.0		
Tatil	Tatil yapmak için geldiyse:1	115	76.7	0.424	
	Tatil yapmak için gelmediyse:0	35	23.3		
Piknik	Piknik yapmak için gelmediyse:0	132	88.0	0.326	
	Piknik yapmak için geldiyse:1	18	12.0		
Doğa	Doğa yürüyüşü yapmak için geldiyse:1	142	94.7	0.225	
	Doğa yürüyüşü yapmak için gelmediyse:0	8	5.3		
Sağlık	Temiz hava için geldiyse:1	107	71.3	0.454	
	Temiz hava için gelmediyse:0	43	28.7		
Geliş	Yöreye ilk defa geliyorsa:0	15	10.0	0.301	
	Yöreye birden fazla geldiyse:1	135	90.0		
Kalma	Bir haftada az kalıyorsa:0	64	42.7	0.496	
	Bir hafta ya da daha fazla kalıyorsa:1	86	57.3		
Konak	Konaklama sıkıntısı yoksa:0	65	43.3	0.497	
	Konaklama sıkıntısı varsa:1	85	56.7		
Tanıtım	Tanıtım yetersiz:0	104	69.3	0.463	
	Tanıtım yeterli:1	46	30.7		
Ekonomi	Ekonomik destek yetersiz:0	124	82.7	0.380	
	Ekonomik destek yeterli:1	26	17.3		
Haber	Ulaşım ve haberleşme yetersiz:0	81	54.0	0.500	
	Ulaşım ve haberleşme yeterli:1	69	46.0		

Ziyaretçilerin Kırsal Turizm Hakkında ki Bilinç Düzeylerini Etkileyen Bazı Faktörler

Gümüşhane İli Kürtün İlçesi Güvende Yayla Şenliğine katılan ziyaretçilerin kırsal turizm bilinç düzeyini etkileyen değişkenler ve etkileri Çizelge 3’de verilmiştir. Analiz sonucunda ziyaretçilerin cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, çalışma durumu, fert sayısı, önemli buldukları sorunlar (konaklama, tanıtım, ekonomi ve haberleşme) istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur.

Yapılan analiz sonucunda %10 önem seviyesinde anlamlı bulunan, cinsiyet ve eğitim durumu pozitif yönde etki yapması olasılıklıyken medeni durum negatif etkili olması beklenmektedir. %5 önem seviyesinde anlamlı bulunan çalışma durumu, konaklama sıkıntısı ve tanıtım sıkıntısı pozitif yönde etkili olması beklenmektedir. %1 önem seviyesinde anlamlı bulunan ve pozitif etkili olması beklenen

ekonomi sıkıntısı ve haberleşme sıkıntısı diye iki değişken bulunmuştur.

Erkekler kadınlara göre kırsal turizm konusunda daha bilinçli olduğu Çizelge 3’den anlaşılmaktadır. Erkek olma olasılığı bayanlara göre %15 daha bilinçli olduğunu gösteriyor yapılan analiz sonucunda. Yani cinsiyetteki bir birimlik değişme bilinçlilik düzeyini %15 etkilemesi olasıdır.

Bekarlar evlilere göre kırsal turizm konusunda daha bilinçli olması beklenmektedir. Medeni durumdaki bir birimlik değişme bilinç düzeyinde ters yönde %17 oranında bir etki yapması beklenmektedir.

Eğitim durumundaki bir birimlik artış bilinç düzeyini %18 oranında artırması beklenmektedir. Eğitim durumu arttıkça kırsal turizm bilinç düzeyi artması beklenmektedir. Bu da eğitim düzeyinin kırsal turizme pozitif etkili olması beklenmektedir.

Çizelge 3. Ziyaretçilerin Kırsal Turizm Hakkında ki Bilinç Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Binary Logit Analiz Sonucu

	Kat Sayı	Standart Hata	z	$ z f Z^*$	Marjinal Etki
sabit	-2.29067	1.71265	-1.34	0.1811	
YAS	-0.02098	0.02001	-1.05	0.2945	-0.00359
CINSİYET	0.89007*	0.51491	1.73	0.0839	0.15216*
MD	-1.03337*	0.57544	-1.80	0.0725	-0.17134*
ED	1.01157*	0.56126	1.80	0.0715	0.18484*
CALIS	1.08590**	0.51652	2.10	0.0355	0.19032**
FERT	0.28270*	0.16623	1.70	0.0890	0.04832*
GELIR	-0.09882	0.14835	-0.67	0.5053	-0.01689
YAKIN	-0.47118	0.47320	-1.00	0.3194	-0.08264
KATILMA	-0.11889	0.98835	-0.12	0.9043	-0.02035
ZIYARET	-0.66864	1.07938	-0.62	0.5356	-0.11516
TATIL	-0.56034	0.89255	-0.63	0.5301	-0.09641
PIKNIK	0.18355	1.09399	0.17	0.8668	0.03122
DOGA	-0.99291	1.19265	-0.83	0.4051	-0.17162
SAGLIK	-0.07483	0.83659	-0.09	0.9287	-0.01282
GELIS	-0.33280	0.89673	-0.37	0.7105	-0.05610
KALMA	0.54557	0.52406	1.04	0.2979	0.09261
KONAK	1.16924**	0.51428	2.27	0.0230	0.19507**
TANITIM	1.05476*	0.57572	1.83	0.0669	0.17511**
EKONOMI	2.29701***	0.74623	3.08	0.0021	0.33394***
HABER	1.44908***	0.51737	2.80	0.0051	0.24149***
Note: ***, **, * ==> Significance at 1%, 5%, 10% level.					
Log likelihood function	-76.73309				
Restricted log likelihood	-100.95175				
Chi squared [20 d.f.]	48.43732				
Significance level	0.00037				
McFadden Pseudo R-squared	.2399033				

Ziyaretçilerin aktif olarak çalışanlar, çalışmayanlara göre bilinç düzeyi daha yüksek olması olasıdır. Çalışma oranındaki bir birimlik artış bilinç düzeyinde %19 oranında artmasına neden olması olasıdır.

Ziyaretçilerin birlikte yaşadığı fert sayısı artması, kırsal turizm bilgisi açısından olumlu bir etki yaptığı söylenebilir. Yani fert sayısındaki bir birimlik değişme, kırsal turizm bilinç düzeyinde %5 oranında pozitif yönde etki yapması beklenmektedir.

Ziyaretçilerin turizm yönünden yörenin problem olarak belirlediği konaklama, tanıtım, ekonomi ve ulaşım-haberleşme eksikliği pozitif yönde kırsal turizm bilinç düzeyini etkilemesi beklenmektedir. Yani konaklama sıkıntısı bulan ziyaretçilerdeki bir birimlik artış bilinçli olma olasılığını %20 oranında artırması olasıdır. Aynı şekilde tanıtım eksikliği bulan ziyaretçilerde ki bir birimlik değişme bilinçli olma olasılığını %18 oranında değiştirmesi beklenmektedir. Ekonomi eksikliği ve ulaşım-haberleşme eksikliği bulan ziyaretçilerdeki bir birimlik artış kırsal turizm bilinç düzeyinde sırasıyla %33 ve %24 oranında artırması olası bir sonuçtur.

Ziyaretçilerin Yayla Şenlikleri Hakkındaki Bilgi ve Düşünceleri

Çizelge 4’de yaylaya gelen ziyaretçilerin şenlikler hakkındaki bilgi ve düşünceleri ortaya koya bilmek için sorulan sorular ve verilen cevapların frekansları ve yüzdeleri verilmiştir. %78.7’si yaylaya yaz aylarında geldiği belirlenmiştir. Ziyaretçilerin %42.7’si yayla şenliklerine yılda bir kere ve en çok aileleriyle (%76.7) geldiği belirlenmiştir. Geldikleri yayla şenliklerinden nasıl haberdar oldukları sorulduğunda ise aile bireylerinden (%37.3) duyduklarını dile getirmişlerdir.

Yayla şenlik alanına ulaşımın kolay mı zor mu olduğunu öğrenmek için şenlik alanına gelen ziyaretçilerin fikirleri alındı ve %77.3’nün ulaşımın kolay olduğu yönünde fikirlerini beyan ettiler. Ulaşımı ziyaretçilerin yarısı özel araçlarıyla yapmış olduğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında görüşülen ziyaretçilerin yaylaya çıkış gerekçeli incelendiğinde, en önemli sebep olarak geleneksel ve doğal yayla yaşantısını merak ettiklerinden olduğu tespit edilmiştir.

Ziyaretçilerin geceyi yaylada geçirmeleri gerekirse konaklamayı tercih edecekleri yer belirlenmek istendiğinde, ev sahibi olan bir yayla evinde konaklamak

isteyecekleri sonucu ortaya konulmuştur. Buda turizmde olduğu gibi kırsal turizmde de devre mülk evlerinin yapılması yaylaya olan talebin artıracığı anlamına gelmektedir. Yaylaya genellikle gelen ziyaretçilerin %32.7’si günü birliğine geldiği belirlenmiştir.

SONUÇ

Turizm faaliyeti, son yıllarda, geleneksel tarımın ekonomik getiri açısından önemini yitirmeye başladığı birçok gelişmiş ülkede (Almanya, İngiltere, Avusturya, İtalya, İspanya, Norveç, Yeni Zelanda, Japonya, İsrail, vb) kırsal toplumlara yeniden hayat veren bir sektör konumuna gelmiştir. Bu nedenle, turizm uzmanları, sosyologlar, tarım ekonomistleri, kırsal kalkınma uzmanları kırsal kalkınma plan ve programlarında hep kırsal turizmi gündeme getirmektedirler. Dünyadaki bu gelişmelere paralel olarak, Türkiye’de de kırsal turizm konusu giderek artan şekilde yaygınlaşmaya başlamıştır. Türkiye’de ilk defa 1990’lı yılların başında Karadeniz bölgesinde “yayla turizmi” şeklinde gündeme gelen bu konu, son yıllarda “kırsal turizm” kapsamında incelenmeye başlamıştır.

Bu bağlamda TR9 Doğu Karadeniz Bölgesi TR90 Trabzon alt bölgesinin TR906 Gümüşhane İli Kürtün İlçesi Güvende Yayla Şenliği ele alınmıştır. Şenliklere katılan ziyaretçilerin kırsal turizm kavramı hakkındaki bilinç düzeyini belirlenerek için önce birkaç soru ile bilinç düzeyleri belirlenmiştir. Daha sonra ziyaretçilerin vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda her bir ziyaretçinin puanı olmuştur. Puan skalasının ortalamasının altında kalanlara kırsal turizm kavramından uzak ya da biraz yakın görerek bilinç düzeyi düşük olarak gruplandırıldı. Ortalama puan ve üstünde olan puanlar kırsal turizm kavramıyla ilgili bulunup bilinç düzeyi yüksek olarak gruplandırıldı. Ve bu gruplar bağımlı değişken olarak modele alındı

Bağımlı değişkeni açıklaması olası olacak değişkenler belirlenip analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda, ziyaretçilerin eğitim seviyesi arttıkça kırsal turizme olan ilgi artması beklenmektedir. Analiz sonucunda beklenildiği gibi eğitim seviyesi ve aktif olarak çalışma olasılığı arttıkça kırsal turizme karşı bilinçli olma olasılığı artmaktadır. Buradan ilkökul altı veya üstü çocuklara kırsal turizm bilinci hem okullarda hem de aileleri tarafından verilmesi öneriline bilir.

Çizelge 4. Ziyaretçilerin Yayla Şenlikleri Hakkındaki Bilgi ve Düşünceleri

Sorular	Cevaplar	Frekans	%
Hangi mevsimde gelmeyi tercih edersiniz?	İlkbahar	23	15.3
	Yaz	118	78.7
	Sonbahar	7	4.7
	Kış	2	1.3
Yılda kaç kez gelirsiniz?	İlk gelişim	17	11.3
	Yılda bir kez	64	42.7
	Yılda 2-3	27	18.0
	Yılda 3'ten fazla	42	28.0
Kimlerle birlikte gelirsiniz?	Yalnız	11	7.3
	Arkadaşlarımla	24	16.0
	Ailemle	115	76.7
	Tur şirketiyle	-	-
Yapılan yayla şenliklerinden nasıl haberinizi aldınız?	Ailem haber verdi	56	37.3
	Arkadaşlarımla haber verdi	43	28.7
	İnternet aracılığıyla	17	11.3
	Tanıtım broşürlerinde gördüm	33	22.0
	Diğer	1	.7
Buraya ulaşmak kolay mı?	Evet	34	22.7
	Hayır	116	77.3
Buraya ulaşım zor ise sizce en önemli sebebi nedir?	Yol çok virajlı ve bozuk	95	63.3
	İklim koşulları elverişsiz	4	2.7
	Yeterli ulaşım aracı yok	34	22.7
	Yol güvenli değil	16	10.7
	Diğer	1	.7
Buraya nasıl geldiniz?	Özel aracımla	75	50.0
	Taksi ile	14	9.3
	Dolmuş ile	52	34.7
	Otobüs ile	7	4.7
	Bisiklet veya motosiklet ile	2	1.3
Yaylaya çıkış gerekçeniz nedir?	Piknik yapmak	19	12.7
	Sağlık nedeniyle (Kuru, serin, temiz havasından dolayı)	49	32.7
	Geleneksel ve doğal yayla yaşantısını merak ettiğim için	20	13.3
	Tatil yapmak için	43	28.7
	Şenliklere katılmak için	19	12.7
Geceyi yaylada geçirmeniz gerekiyorsa nerede kalmak istersiniz?	Ev sahibi olan bir yayla evinde	41	27.3
	Ev sahibi olmadan bir yayla evinde	20	13.3
	Varsa bir otelde	27	18.0
	Pansiyonculuk yapan bir aile ile yayla evinde	16	10.7
	Kamp alanında, karavan veya çadırda	9	6.0
	Kendi evimde	37	24.7
Genellikle yaylada ne kadar kalırsınız?	Günübirlik gelirim	49	32.7
	1 haftadan az	33	22.0
	1 hafta	20	13.3
	1 haftadan fazla	19	12.7
	Birkaç hafta	29	19.3

Ziyaretçiler tarafından kırsal turizmin sıkıntıları istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Buda bağımlı değişkeni, açıklanması gereken değişkenin gerçekten doğru seçildiğinin bir sonucudur. Bilinçli olarak gruplandırılan ziyaretçilerin, gerçekten kırsal turizm hakkında bilgili olduğu ve eksiklikleri doğru tespit ettikleri söylenebilir. Söz konusu yaylanın tanıtım yetersizliği, ekonomik destek yetersizliği ve ulaşım-haberleşme yetersizliği gibi sorunları bulunmuştur.

Bu araştırma ile tespit edilen ve istatistiki olarak ortaya konulan bu yetersizliklere çözüm bulunması gerektiği bir kez daha ortaya konulmuştur. Devlet tarafından kırsal turizm bölgelerine destek artırılabilir. Yayla şenlikleri yazılı ve görsel ya da sosyal medyalarla durulabilir. Çevre illerden belli günlerde şenlik alanlarına turlar düzenlenerek tanıtım yapılabilir. Kırsal alandaki kadınların kendi yaptığı el işleri veya pasta börekler şenlik alanlarında ya da yılın herhangi bir zamanında satılarak hem yöre tanıtımı yapılır hem de yöredeki kadınların ekonomik bir kazanç sağlanmış olur.

KAYNAKLAR

- Akkuş Z, Çelik M., 2004. Lojistik regresyon ve diskriminant analizi yöntemlerinde önemli ölçütler. VII. Ulusal Biyoistatistik Kongresinde sunulan bildiri. Mersin Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Biyoistatistik Anabilim Dalı, Mersin (Eylül-Ekim).
- Amemiya T, 1983. *Advanced Econometrics*. Cambridge. MA. Harvard University.
- Briedenhann J, Wickens E, 2004. Tourism routes as a tool for the economic development of rura lareas-vibrant hope or impossible dream?, *Tourism Management*, 25, s.71.
- Cankurt M, Miran B, Şahin A, 2010. Sığır Eti Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği. *Hayvansal Üretim* 51: 16-22.
- Çeken H, Karadağ L, Dalgın T, 2007. Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma, *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 7(1), s.1-14.
- Esengül K, 2005. Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım: Kırsal Turizm, T.C. Sivas Belediye Başkanlığı Sivas Kaplıcaları ve Turizm Potansiyeli Sempozyumu, (15 Nisan 2005) ss. 168-171.
- Greene WH, 2011. *Econometric Analysis*. Seventh Edition. Prentice Hall. ISBN-10: 0131395386. New Jersey.
- Grimm LG, Yarnold PR, 1995. *Reading and understanding multivariate statistics*. Washington D.C.: American Psychological Association.
- Hatırlı SA, Demircan V, Aktaş AR, 2004. Isparta İlinde Ailelerin Balık Tüketiminin Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 9: 245-256.
- Kalaycı Ş, 2010. *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. BRC Matbaacılık, Ankara.
- Kara E, Çavuş MF, 2014. Turizmde Modern Yönetim Uygulamaları. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 2, Sayı: 1, Mart, s. 473-485.
- Kızılaslan N, Ünal T, 2013. Manisa Spil Dağı Milli Parkı Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 7, Sayfa: 10-29
- Kızılaslan N, Ünal T, 2014. Tokat İlinin Ekoturizm/Kırsal Turizm Potansiyeli ve SWOT Analizi *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 9, Sayfa: 45-61.
- Küçük M, 2013. Çamlık Kasabası Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi İçin Çözüm Önerileri . *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 3(2), 35-45.
- Leech NL, Barrett KC, Morgan GA, 2005. *SPSS for intermediate statistics: Use and interpretation* (2nd ed). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Patan E, 2014. Doğanşehir (Giresun) İlçesi ve Yakın Çevresinin Turizme Yönelik Rekreasyonel Peyzaj Potansiyelinin Peyzaj Planlama İlkeleri Doğrultusunda Belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi*, Erzurum.
- Poulsen J, French A, 2008. Discriminant function analysis. <http://userwww.sfsu.edu/~efc/classes/biol710/discrim/discrim.pdf> Erişim tarihi: 22 Kasım 2008
- Soykan, F, 2006. Avrupa'da Kırsal Turizme Bakış Kazanılan Deneyim, II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, (20-22 Nisan), s.72-73.
- Stephenson, B, 2008. Binary response and logistic regression analysis. www.public.iastate.edu/~stat415/stephenson/stat415_chapter3.pdf. adresinden 22 Kasım 2008 tarihinde edinilmiştir.
- Tabachnick BG, Fidell LS, 1996. *Using multivariate statistics* (3rd ed.). New York, USA: HarperCollins College Publishers.
- Tatlıdil H, 1996. *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*. Cem Web Ofset. Ankara.
- Uçar M, Çeken H, Ökten Ş, 2010. Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği), *Detay Yayıncılık*. No. 13188, 162 s., Ankara.