

Kırsal Turizm Geliştirme Sürecinde Belediye Başkanlarının Görüşleri Üzerine Bir Araştırma

Nurettin AYZA^a

^aKarabük Üniversitesi

Anahtar Kelimeler

Kırsal Bölge,
Kırsal Turizm,
Turizm Yönetimi,
Belediye Başkanları

Özet

Küçük ölçekli alt yapısı ve kırılganlığı nedeniyle kırsal turizmde yerel yetkililerin desteği kaçınılmazdır. Yerel halk tarafından seçilmiş temsilciler olarak yerel yetkililer düzeyinde belediyeler; kırsal turizmde oldukça önem arz eden paydaş kurumlardır. Lider, stratejist, koordinatör ve ortak olarak belediyelerin kırsal turizmde rol üstlenmesi beklenmektedir. Bu araştırmada belediye başkanlarının demografik özellikleriyle, kırsal turizm alt boyutlarına yönelik görüşleri arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Araştırma kapsamında 460 kırsal belediye başkanına anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarında belediye başkanlarının kırsal turizm bağlamında organizasyonel yapı geliştirme ve toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında daha istekli oldukları, ürün geliştirme ve ürün pazarlama çalışmalarında ise daha zayıf oldukları tespit edilmiş, belediye başkanlarının kırsal turizmde daha çok katılımlarını teşvik edebilecek öneriler geliştirilmiştir.

A Research on the Opinions of Mayors Within the Context of the Development of Rural Tourism

Keywords

Countryside,
Rural Tourism Criteria,
Tourism Management,
Mayors

Abstract

The support of the local authorities for rural tourism is vital due to the fragility and the small-scale infrastructure of these places. Municipalities, whose members are elected by the local inhabitants are highly crucial shareholders. Municipalities, which may considered as the leader, strategist, coordinator and stakeholders in rural tourism, are expected to take part in rural tourism. This study analyzes the relationship between the demographic characteristics of the mayors and their opinions on sub-dimensions of rural tourism. 460 mayors of rural municipalities have been surveyed. The study found that the majors were more interested in activities on organizational structural development and increasing social awareness, whereas they were weaker in terms of product development and marketing efforts. Within this context, the study concludes with suggestions to promote involvement of majors in rural tourism.

GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılmasında, turizmin sahip olduğu ekonomik potansiyel daha çok fark edilir hale gelmiş, kırsal ekonomilerin turizm yoluyla çeşitlendirilmesini destekleyen yasal ve politik çevrenin geliştirilmesine yönelik çalışmalar hız kazanmıştır (Hall & Jenkins, 1998; United Nations, 2007; Zecevic, 2011). Bu çalışmalara rağmen kırsal bölgelerde turizm gelişiminin yeterli olduğu düşünülmektedir. Kırsal bölgelerde turizm gelişiminde yaşanan temel problemler; talep edenlerdeki bilgi yetersizliği, ürün sunumuyla ilgili beceri eksikliği, çalışılan pazar hakkında fazla bilgi sahibi olunmaması, işbirliği ve pazarlama ağlarının yetersizliği olarak ifade edilmektedir (Mitchell & Derek, 2005). Sorunların asgari düzeye indirilmesi ve kırsal bölgelerde turizmin geliştirilmesinin ön şartı ise geniş katılımlı kamuoyu desteği sağlanması olarak değerlendirilmektedir (Wilson vd., 2001). Turizme yönelik, plan ve projelerin sağlıklı olarak yürütülebilmesi için kırsal toplumun kendi içinde bir üst organizasyona bağlı olacak şekilde hiyerarşik örgütlenmesi ve ekip çalışması önerilmektedir. Böylece kırsal bölgelerin bölgesel, ulusal ve uluslararası turizm ağlarına entegre olabilecekleri düşünülmektedir (Soykan, 2004). Kırsal bölgelerde turizm kaynaklarının en büyük sorumlusu ve genel faydalarının sözcüsü olarak yerel yönetimlerin eşitlik ve adalet kurallarına sıkı sıkıya bağlı kalacak ve tüm paydaşların davranışlarına mantıklı bir yaklaşımla rehberlik edebilecek düzenlemelerde yer alması beklenmektedir. Tüm yöre halkının çıkarlarının temsilcisi olarak sürdürülebilir gelişime daha fazla önem vermeleri, kırsal turizm gelişiminde sadece gerekli tesisi ve hizmetleri sağlamakla sınırlı kalmamaları, markalaşma ve pazarlama hizmetlerinde de ön plana çıkmaları arzulanmaktadır (Cai & Li, 2009).

Türkiye, sahip olduğu doğal, tarihi, kültürel ve beşeri kaynaklar bakımından uluslararası düzeyde turizm talebine hizmet edebilecek bir ülkedir. Genel ekonomik analizler, Türkiye'de turizm sektörünün hızla geliştiğini fakat kentsel alanlarda ve turistik cazibe merkezlerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Her bölgesi kendine özgü turizm zenginliklerine sahip olan Türkiye'nin kırsal bölgelerinin kalkındırılmasında turizm sektöründen yeterince yararlanılmadığı düşünülmekte, Türkiye'nin sahil bölgelerindeki turizm geliştirme ve turist sayısını artırma başarısını, kırsal ve gelişmekte olan bölgelerinde gösteremediğine inanılmaktadır. Bu bağlamda her türlü kurumun desteği

arzu edilmektedir (Tosun vd., 2003; Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2008). Bu kapsamda kırsal bölgelerde turizmin gelişimine yönelik çalışmalar önem arz etmektedir.

Bu araştırmada, Türkiye’de kırsal turizm gelişim sürecinde belediye başkanlarının demografik özellikleri ile belediyelerin turizme katılımları arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Belediye başkanlarının görüşleri perspektifinden turizme yönelik kamu hizmetlerinin yerelleşmesi, Türkiye turizmini çeşitlendirme ve tüm yıla yaymaya yönelik çabalara katkı sağlanmak amaçlanmaktadır. Bu amaca yönelik olarak Türkiye’de turizm gelişiminde öncelikli gelişim bölgesi olarak gösterilen 28 il içerisindeki 460 belediye başkanına anket uygulanmış, belediye başkanlarının demografik özellikleriyle (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, belediye başkanlık dönemi, belediye başkanı seçilmeden önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu), kırsal turizm alt boyutlarına (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) yönelik görüşleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

İLGİLİ LİTERATÜR

Turizm, yerel ekonomilere girdi ve dinamizm kazandırma, kırdan kente göçü önleme, kadın istihdamını artırma, yerel halkta girişimcilik ruhunu geliştirme, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltma, yöre halkının tarımsal ürünlerini değerlendirme ve pazarlama olanaklarını artırma yönleriyle kırsal gelişimde önemli bir güç olarak benimsenir hale gelmiştir (Olalı & Timur, 1988; Bal, 1995). Turizm, kırsal alanlara sadece alternatif istihdam olanakları ve ek gelir kaynakları sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kırsal ve kentsel nüfus arasında etkileşimi teşvik eden önemli bir kalkınma aracı olarak görülmeye başlanmıştır. Kırsal alanlardaki tarihi binaların korunması ve köy festivalleri gibi geleneksel faaliyetlerin hayata döndürülmesinde potansiyel bir güç olarak görülmektedir. Özellikle kırsal nüfusa daha güçlü bir kırsalı sahiplenme duygusu verme ve kırsal alanlarda yaşam kalitesinin artırılmasına katkı sağlama açılarından da öne çıkarılır hale gelmiştir (Momsen, 2000; Kokkranikal & Baum, 2002; Ribeiro & Marques, 2002; Soykan, 2003; Holland vd., 2003; Akça vd., 2004; Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2008).

Bu kapsamda kırsal bölgelerde; doğal ve tarihsel çekicilikler, otantik özelliklerini koruyan halk, yerel kültürel özelliklerin turizmle uyumlaştırılması, ulaşım, konaklama ve

yiyecek- içecek hizmetlerinde uluslararası standartların yakalanması ve ülke, bölge ve yerel yönetimin konuya ilgisi önemli arz unsurları olarak gösterilmektedir (EC, 1999). Özellikle, yerel yönetimlerin turizm için gelişim fonu sağlama gerekli alt yapı ihtiyaçlarını giderme, imar, bakım ve temizlik ve turizm sektörü çalışanları, girişimciler ve yerel halka eğitim ve mesleki destek sağlamada önemine vurgu yapılmaktadır (Wilson vd., 2001). Turizmin belirli bir bölge ve yerel değişkenlerle derin bağları olan ekonomik bir faaliyet olduğu gerçeği göz önüne alındığında, merkezi yönetimlerin turizm endüstrinin karmaşık yapısını ve ekonomik ve sosyal çevresini yönetmeye her zaman uygun olmadığına dikkat çekilmektedir (Yüksel & Yüksel, 2008). Birçok durumda yerel yönetimlerin, turizm endüstrisi ile ilişkili sorunlarla mücadele etmek için daha iyi bir konumda olduğu görülmektedir. Bölgelerinin güçlü ve zayıf yönleri ile ilgili doğrudan bilgi sahibi ve iş çevresinin olanaklarının ve karşılaştığı zorlukların daha fazla farkındadırlar. Toplumun yaşadığı bölgeyi veya insanlarını etkileyen önemli değişikliklere veya sorunlara zamanında müdahale edebilirler. Özellikle, yerel turizm endüstrisinin başarısını derinden etkileyebilir ve destinasyonun geleceğinin bağlı olduğu değerleri korumakta rol oynayabilirler. Bununla birlikte yerel düzeyde birçok sorumluluğu olan yerel yönetimlerin öncelikleri arasında turizm son sıralarında yer almaktadır.

Seçilmiş temsilciler olarak yerel politikacılar; ulusal ve yerel düzeyde kamu yararı, kamu hizmeti, verimlilik, etkililik ve hesap verebilirlik düzeylerinde yerel düzeyde yönetime daha çok katılır ve önem verir hale gelmişlerdir (Elliot, 1997). Yerel yönetim türleri arasında ağırlık ilk zamanlarda il özel idarelerindeyken, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında denge belediyelerden yana dönmeye başlamıştır. Artan kamuoyu beklentileri ve yerel toplulukların karar vermede daha çok katılımını içeren baskılar, sanayi toplumundan bilgi toplumuna doğru yaşanan geçiş sürecinde belediyeler kendilerini yenileştirir hale gelmişlerdir. 1950'li yıllarda belediyeler; kontrol ve düzenleme (arazi kullanımı, bina ve altyapıya ilişkin düzenlemeler), 1970'li yıllarda ekonomik yenilenme-kolaylaştırma (planlama desteği, mümkün olan konularda finansal teşvikler, ekonomik gelişime) ve 1990'lı yıllarda ise sürdürülebilir gelişim-özel sektör ortaklığı (yöre halkının yaşam kalitesi, sürdürülebilir gelişim) çalışmalarında aktif rol üstlenmişlerdir (Middleton & Hawkins, 1998). Ekonomik bir sektör olarak tarih, kültür ve turizmin önemini kavrama bu dönemle birlikte başlamamıştır.

Vaughan vd. (1999), yerel otoritelerin turizm sektöründe ki rollerini; yerel turizm endüstrisinin stratejik planlamasında temel birleştirici yapı işlevi görmek; kendi turizm kaynaklarına ve altyapısına sahip olmak, bunları işletmek ve tanıtmak; bir destinasyon olarak kendi bölgelerini ve dolaylı yoldan özel sektör turizm ürünleri ve hizmetlerini tanıtmak olarak belirtmektedir. Bununla birlikte literatürde (Ağaoğlu, 1992; Ünal, 1992; Yeter, 1993; Long, 1994; Reed,1997; Wilson vd., 2001; Andriotis, 2002; Azaklı, 2004; Baş vd., 2007; <http://www.southhams.gov.uk>) belediyelerin turizme yönelik ve turizmi etkileyebilecek çevre, imar, rekreasyon, kültür, sanat, spor, tanıtım ve denetim kapsamında gerçekleştirebilecekleri faaliyetleri ise şu şekilde sıralanmaktadır:

- Turizm amaçlı planlama ve yapılaşma denetimleri yapmak,
- Çevrenin korunmasına ve kirlenmesini önlemeye yönelik çalışmalar yapmak,
- Turistik çekiciliği koruyacak şekilde imar planlaması ve çevre düzenlemesi yapmak,
- Turizme yönelik rekreasyon alanları (su kenarları, plajlar, eğlence olanaklarının yoğunlaştığı tesisler, motel, kamping, çocuk ve gençlik kampları, sağlık ve tedavi tesisleri, yürüyüş ve spor alanları, küçük tarımsal üretim yapılan kişisel rekreasyon alanları, golf sahası vb.) oluşturmak.
- Kent ekolojisini geliştirmek,
- Kırsal alanlarda akılcı arazi kullanımı politikaları izlemek,
- Kentsel eksiklik, bozukluk ve çarpıklıkları ortadan kaldırmak,
- Yöresel yapı ve mimari özellikleri ön plana çıkarmak,
- Sinema, tiyatro vb eğlence tesisleri kurmak, işletmek, kurulan tesislere belge vermek ve denetimlerini yapmak,
- Yerel, ulusal ve uluslararası kültür ve turizm etkinlikleri düzenlemek,
- Müze kurmak ve işletmek,
- Otel, motel, pansiyon, kamping gibi konaklama tesisleri yapmak,
- Turistik tesis ve işletmeleri denetlemek,
- Özel müteşebbisler tarafından kurulan konaklama veya yiyecek ve içecek tesislerine işletme belgesi vermek,
- Turistik değeri olan kültür varlıklarını korumak,

- Kültürel eserleri koruma-kullanma dengesi içinde restore etmek suretiyle, kendi kültürel kimliklerini çekicilik unsuruna dönüştürmek,
- Kültür ve turizm bürosu açmak,
- Rehberlik hizmetleri vermek,
- Fuarlar, sergiler, panayırklar kurmak, festivaller düzenlemek,
- Turistik ürünlerin pazarlanmasına (analiz, planlama ve uygulama aşamalarında) yardımcı olmak.
- Yerel halkı turizm konusunda bilinçlendirmek için seminerler düzenlemek toplantılar yapmak,
- Turizm sektörüne personel yetiştirmek amacı ile çeşitli mesleki kurslar ve okullar açmak,
- Belediye çalışanlarını turizm konusunda yetiştirmek.

Türkiye'de kırsal turizm bağlamında belediyelerin öne çıktığı konuların başında termal turizm, rekreasyonel aktivitelerin geliştirilmesi ve kırsal alanda yaşayan insanların ürettikleri ürünlerin pazarlanması için stantlar kurulması oluşturmaktadır. Bu konuda Ankara iline bağlı Beypazarı Belediyesi yaptığı çalışmalarla örnek gösterilmektedir (Şerefoğlu, 2009). Bununla birlikte, Türkiye'deki belediyelerin kırsal turizme yönelik faaliyetlerinin yetersiz olduğu düşünülmekte, yerel yönetimlerin kırsal turizm konusunda daha fazla öne çıkması beklenmektedir (Ertuna vd., 2012; Öztürk & Ayaz, 2012).

Nuckolls & Long (2009), kırsal alanlarda ekonomik potansiyelin geliştirilmesi ve kaynakların sürdürülebilir kullanımı açısından yerel işbirliği ve yerel liderlerin bu duruma sahiplenmelerine dikkat çekmektedir. Bu kapsamda turizmde etkili bir yerel işbirliği sürecinde; toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, turizm ürünü geliştirme ve turizm ürünü pazarlama çalışmaları yapılmasını önermektedir.

YÖNTEM

Bu araştırma ile Türkiye turizmini çeşitlendirme ve tüm yıla yaymaya yönelik çabalara, belediye başkanları düzeyinde katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda araştırmada; belediye başkanlarının demografik özellikleriyle (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, belediye başkanlık dönemi, belediye başkanı seçilmeden önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm

sektöründe çalışma durumu) kırsal turizm alt boyutlarına (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) görüşleri arasındaki ilişki aşağıdaki araştırma soruları kapsamında incelenmektedir:

-Belediye başkanlarının demografik özellikleriyle kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma görüşleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleriyle kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme görüşleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleriyle kırsal turizmde ürün geliştirme görüşleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleriyle kırsal turizmde ürün pazarlama görüşleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni; Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan “Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013” çalışmasında öncelikli turizm gelişim bölgeleri olarak gösterilen 28 il (Afyonkarahisar, Ağrı, Amasya, Burdur, Çankırı, Çorum, Diyarbakır, Erzincan Erzurum, Giresun, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Kars, Kastamonu, Konya, Kütahya, Mardin, Nevşehir, Ordu, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Tokat, Trabzon, Uşak, Van, Yozgat) içerisinde yer alan 376 ilçe ve 1014 belde olmak üzere toplam 1390 belediye olarak belirlenmiştir. Araştırmada ilçe ve belde belediyelerinin kırsal belediye oldukları varsayılmıştır. Araştırma alanının genişliği, zaman ve maliyet unsurları çerçevesinde bu araştırmada örnekleme başvurulmuştur. Katlanılabilir hata oranı %5, Z değeri ise 1,96 olarak kabul edilen bu araştırmada örneklem sayısı 359 olarak belirlenmiştir. Araştırmada deneklerin temsil yeteneğinin yüksek olmasını sağlamak adına, tabakalı örnekleme yöntemine başvurulmuş, ilçe ve belde belediyesi özellikleri sabitlenerek, tabakalı örnekleme yöntemlerinden "orantılı dağıtım yöntemi" kullanılarak rassal seçime gidilmiştir. Orantılı dağıtım yöntemi kapsamında alt örneklem hacmi; her bir tabakanın evren hacmi içindeki tabaka ağırlığı ile örneklem hacminin çarpılması (Özmen, 1999) suretiyle hesaplanmıştır. Orantılı dağıtım yöntemi hesaplamaları doğrultusunda araştırmanın alt örneklem sayısı, 97 adet ilçe belediyesi ve 262 adet belde belediyesi olarak öngörülmüştür.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan “Türkiye Turizm Stratejisi Kavramsal Eylem Planı 2007-2013” çalışması kapsamında öncelikli turizm gelişim bölgeleri olarak gösterilen 28 il içerisindeki belediye başkanlarının görüşleriyle ve Ocak-Ağustos 2012 döneminde belediyelerin turizme yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik geliştirilen ölçme aracı ile sınırlıdır.

Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanma sürecinde ilk aşamada konu ile ilgili literatür taraması yapılarak, daha önce yapılan benzer çalışmalarda kullanılan yöntemler ve elde edilen bulgular konusunda ikincil veriler baz alınarak araştırma problemi ve kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Araştırmanın uygulama bölümünde ise “kırsal bölge belediye başkanlarının demografik özellikleriyle turizme yönelik çalışmaları arasındaki ilişkinin ölçülmesi” doğrultusunda anket yöntemi kullanılmıştır. Anket ölçeği geliştirme sürecinde, anket sorularına yönelik madde havuzu oluşturmada Campanhola & Graziano da Silva (1999), Kastenholz vd. (1999), Hegarty & Prezeborska (2005), Ishikawa & Fukushige (2007), Karkın (2007), Yüksel vd. (2008), Wang & Pfister (2008), Yüksel & Yüksel (2008), Eraqi (2010), Strömngren & Andersson (2010) araştırmalarından yararlanılmıştır. Ancak, alana yönelik spesifik sorular, araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Araştırma sorularının geliştirilmesinde uzman görüşüne başvurulmuştur.

Veri toplamak amacıyla, hazırlanan anket; anketörler aracılığı ile yüz yüze görüşme tekniği yöntemi kapsamında belediye başkanlarına doldurulmuştur. Ocak ve Ağustos 2012 ayları içerisinde gerçekleştirilen çalışma ile kırsal belediyelere, toplam 500 anket dağıtılmış, bu anketlerden 467’si geri dönmüş (geri dönüş oranı %93,4) ve çalışmada veri olarak kullanılabilir biçimde doldurulmuş olanların 460 adet olduğu tespit edilmiştir. 460 anketin 196’sı ilçe belediyeleri, 264’ü de belde belediyeleri tarafından cevaplandırılmıştır.

Anket kapsamında belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, belediye başkanlık dönemi, belediye başkanı seçilmeden önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu) ile ilgili bilgilerin tespitine yönelik sorular yer almıştır. Kırsal turizm alt

boyutlarını belirleme kapsamında turizmde toplumsal farkındalık oluşturma ile ilgili 6, organizasyonel yapı geliştirme ile ilgili 9, ürün geliştirme ile ilgili 9, ürün pazarlama ile ilgili 4 soruya yer verilmiştir. Belediye başkanlarının demografik özellikleriyle ilgili değişkenler sınıflama ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Belediyelerin kırsal turizm alt boyutlarına ilişkin çalışmalarının ortaya çıkarılmasında ise 5'li Likert tipi (hiç katılmıyorum, az katılıyorum, orta düzeyde katılıyorum, çok katılıyorum, tamamen katılıyorum) ölçek kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında, anket yoluyla toplanan veriler, bilgisayar ortamına aktarılarak veri tabanı oluşturulmuştur. Veri tabanına ilişkin güvenilirlik ve faktör analizi yapılmıştır. Belediye başkanlarının demografik özelliklerinin belirlenmesinde frekans ve yüzde analizi, demografik özelliklerle kırsal turizm alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek içinse “Bağımsız Örneklem t Testi” ve “Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova)” kullanılmıştır. İki'den fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini belirlemek için “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” uygulanmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya dahil olan belediye başkanlarının demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, belediye başkanlık dönemi, belediye başkanı seçilmeden önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu) ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına ilişkin değerler Tablo 1'de gösterildiği şekilde belirlenmiştir. Araştırmaya dahil olan belediye başkanlarının %98'i bay, %2'sinin ise bayan olduğu tespit edilmiştir. Başkanlarının yaş dağılımları; %2,2'si 25-34 yaş, %23'ü 35-44 yaş, %47,2'si 45-54 yaş ve son olarak %27,6'sı 55 ve üzeri yaş gruplarında toplanmıştır. Katılımcıların eğitim durumu gözlemlendiğinde %16,3'ünün ilköğretim, %32,8'inin ortaöğretim, %10'unun önlisans, %36,5'inin lisans ve %4,3'ünün lisansüstü olduğu tespit edilmiştir. Belediye başkanlarının görev dönemi incelendiğinde %52,6'sinin 1. dönem, %33,3'ünün 2. dönem ve son olarak %14,1'inin 3 ve üzeri dönemdir görev yaptıkları saptanmıştır:

Tablo 1: Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı (n=460)

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Bay	451	98
	Bayan	9	2
Yaş	25-34 yaş	10	2,2
	35-44 yaş	106	23,0
	45-54 yaş	217	47,2
	55 ve üzeri	127	27,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	75	16,3
	Ortaöğretim	151	32,9
	Önlisans	46	10,0
	Lisans	168	36,5
	Lisansüstü	20	4,3
Görev Dönemi	1. Dönem	242	52,6
	2. Dönem	153	33,3
	3 ve üzeri	65	14,1
Önceki Meslek	İşçi	20	4,3
	Memur	169	36,7
	Serbest Meslek	225	48,9
	Emekli	46	10,0
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	281	61,1
	Ana Muhalefet Partisi	65	14,1
	Muhalefet Partisi	90	19,6
	Diğer Partiler	13	2,8
	Bağımsız	11	2,4
Turizm Alanında Eğitim Alma Durumu	Evet	24	5,2
	Hayır	436	94,8
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	66,3
	Hayır	155	33,7
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	63,5
	Hayır	168	36,5
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	8,5
	Hayır	421	91,5

Önceki mesleklerine ilişkin dağılımlar ise %4,3 işçi, %36,7 memur, %48,9 serbest meslek ve %10 emekli şeklinde gerçekleşmiştir. Belediye başkanlarının temsil ettiği partiler; %61,1 iktidar partisi, %14,1 ana muhalefet partisi, %19,6 muhalefet partisi, %2,8 diğer partiler ve %2,4 bağımsızlar olarak belirlenmiştir. Turizm alanında eğitim alan belediye başkanlarının oranı %5,2, turizm amaçlı konferans ve seminere dahil belediye başkanlarının oranı %66,3, turizm amaçlı geziye dahil belediye başkanlarının oranı %63,5 ve belediye başkanı seçilmeden önce turizm sektöründe çalışan belediye başkanlarının oranı ise %8,5 olarak belirlenmiştir. Demografik özellikleri açısından cinsiyet durumunda baylar, yaş boyutunda 45-54 yaş grubu, eğitim durumu yönünden lisans, görev dönemi açısından 1. dönem, önceki meslek bakımından serbest meslek,

temsil edilen parti açısından iktidar partisi öne çıkmaktadır. Turizmi tanıma boyutunda ise turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım ve turizm amaçlı geziye katılım durumlarında belediye başkanları öne çıkmıştır. Turizm alanında eğitim alma ve turizm sektöründe çalışma durumları ise belediye başkanlarının en zayıf kaldıkları alanlar olmuştur.

Belediyelerinin kırsal turizm alt boyutlarına yönelik çalışmalarını belirlemeye yönelik verilerin faktör analizi sonuçları ve güvenilirlik katsayıları Tablo 2’de verilmiştir. Faktör analizinde 28 yargıya ait 4 faktör için KMO katsayısı; 0,88, Bartlett Sphericity testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$ olup, varyans açıklama oranı; 62,13 ve güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha); 0,93 olarak hesaplanmıştır. Büyüköztürk (2007), verilerin faktör analizi için uygunluğunda KMO’nun 0,60’dan yüksek ve Bartlett Sphericity testinin anlamlı çıkması halinde yapılabileceğini belirtmektedir. Ayrıca, tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30 ya da daha yüksek ve psikolojik bir test için hesaplanan güvenilirlik katsayısının 0,70 ve üzeri olması durumunda açıklayıcı olabileceğini vurgulamaktadır. Bu araştırmada faktör analizi için öngörülen tüm koşulların sağlandığını ve ölçümün oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte araştırmada alt faktör yüklerinin büyük çoğunluğunun 0,60’tan büyük olması da önemli destekleyici unsurdur. Araştırma verilerinin analizinde parametrik testlere başvurulmuştur. Ural & Kılıç (2006), parametrik testlerin kullanım koşullarını; "verilerin nicel nitelikte olması, normal dağılıma sahip olması, homojen olması, örnekleme oluşturan deneklerin evrenden yansız seçilmesi, deneklerin birbirinden bağımsız olması ve örneklem büyüklüğünün 10’dan fazla olması" olarak ifade etmektedir. Bu bağlamda farklılıkların tespitinde “Bağımsız Örneklem t Testi” ve “Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova)” kullanılmıştır. İki den fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini belirlemek için “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” uygulanmıştır:

Tablo 2: Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	M	SD	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Varyans Açıklama (%)
Toplumsal Farkındalık Oluşturma (n=460)				0.898	19.999
Sanatsal gösteriler düzenliyoruz.	2.57	1.470	.786		
Açılış günleri düzenliyoruz.	2.82	1.465	.766		
Sergi ve festivaller düzenliyoruz	3.02	1.572	.716		
Halk toplantıları yapıyoruz.	2.76	1.392	.700		
Belirli aralıklarla haber bültenleri yayınlıyoruz.	2.85	1.407	.632		

Yerel medya ile bilgi paylaşımı yapıyoruz.	3.59	1.309	.587		
Organizasyonel Yapı Geliştirme (n=460)				0.954	19.833
Yöremiz gelişimine yönelik vizyon, amaç ve hedeflerin denetlenmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.73	1.166	.819		
Yöremiz gelişimine yönelik vizyon, amaç ve hedeflerin etkin yönetilmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.73	1.171	.776		
Yöremiz gelişimine yönelik eğitim programları hazırlanmasında işbirliği yapıyoruz.	3.88	1.187	.774		
Yöremiz gelişim önceliklerinin belirlenmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.78	1.187	.758		
Yöremiz gelişimine yönelik vizyon, amaç ve hedeflerin belirlenmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.84	1.123	.749		
Yöremiz ekonomik ürünlerinin pazarlamasına yönelik çalışmalarda işbirliği yapıyoruz.	3.91	1.177	.748		
Yöremiz ekonomisine katkı sağlayabilecek ürünler geliştirilmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.91	1.097	.706		
Yöremiz dışındaki kurumlarla ilişkilerin geliştirilmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.87	1.171	.688		
Yöremiz turizminin gelişimine finansal destek sağlamada işbirliği yapıyoruz.	4.00	1.200	.585		
Turizm Ürünü Geliştirme (n=193)				0.904	12.785
Yöremiz el sanatlarının gelişimine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	3.71	1.420	.760		
Yöremiz turizm ürünlerine yönelik marka oluşturma çalışmalarına katılıyoruz	3.53	1.517	.754		
Yöremize uygun turizm türlerine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	3.45	1.580	.714		
Yöremizde tarım turizminin gelişiminde ön plana çıkabilecek tarımsal ürünlerin tanıtımına yönelik çalışmalar yapmaktayız.	3.54	1.492	.707		
Yöremiz doğal ortamlarda yapılabilecek spor aktivitelerini destekleyici çalışmalar yapmaktayız.	3.53	1.482	.695		
Yöremiz kültürünü yansıtan tarihi evlerimize yönelik restorasyon çalışmalarına katılmaktayız.	3.36	1.652	.690		
Yöremiz doğal güzelliklerin izlenebileceği alanların tespitine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	3.67	1.504	.642		
Yöremiz kasaba ve köylerine yönelik günübirlik gezilere rehber desteği sağlıyoruz.	2.94	1.636	.633		
Yöremiz turizm ürünlerine yönelik küçük ölçekli kongre ve toplantılar yapmaktayız.	3.30	1.470	.621		
Turizm Ürünü Pazarlama (n=197)				0.858	9.515
Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlerin özelliklerine göre pazar bölümlendirmesi yapmaktayız.	2.79	1.329	.759		
Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlere yönelik pazar araştırmaları yapmaktayız.	3.52	1.372	.727		
Yöremiz turizm pazarının güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirlemeye yönelik analiz çalışmaları yapmaktayız.	3.44	1.426	.674		
Yöremiz turizminin yerinde tanıtımını sağlamak için çeşitli misafirlere (tur operatörleri, basın mensupları, siyasi liderler) yönelik gezi programları düzenlemekteyiz.	3.06	1.547	.584		
Toplam Cronbach Alpha / Varyans Açıklama (%)				0.931	62.130
K-M-O Measure of Sampling Adequacy: 0.881					
Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square / df / Sig: 2896.269 / 378 / 0,000)					

Belediye başkanlarının demografik özellikleri ile kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarının karşılaştırılmasında (Tablo 3); eğitim durumu ($p=0,035$), turizm alanında eğitim durumu ($p=0,000$), turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu ($p=0,000$), turizm amaçlı geziye katılım durumu ($p=0,000$) ve turizm sektöründe çalışma

durumuna ($p=0,000$) göre 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, belediye başkanlarından eğitim düzeyi lisans (3,114) ve lisansüstü (3,775) olanların; ilköğretim (2,537) olanlara göre kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında öne çıkmışlardır. Turizm alanında eğitim almış, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılmış, turizm amaçlı geziye katılmış ve turizm sektöründe çalışmış olan belediye başkanlarının toplumsal farkındalık çalışmalarına daha etkin oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3: Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmaları (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	M	SD	t/F	p	Tukey
Cinsiyet	Bay	450	2,940	1,168	-	0,159	0,874
	Bayan	10	3,000	1,29			
Yaş	25-34 yaş (a)	10	3,350	0,883	0,602	0,614	
	35-44 yaş (b)	106	2,970	1,146			
	45-54 yaş (c)	217	2,952	1,181			
	55 ve üzeri (d)	127	2,867	1,193			
Eğitim Durumu	İlköğretim (a)	75	2,537	0,981	6,197	0,000*	a-d a-e c-e
	Ortaöğretim (b)	151	2,848	1,107			
	Önlisans (c)	46	2,913	1,359			
	Lisans (d)	168	3,114	1,203			
	Lisansüstü (e)	20	3,775	0,908			
Görev Dönemi	1. Dönem (a)	242	2,909	1,162	0,638	0,529	
	2.Dönem (b)	153	2,928	1,231			
	3 ve üzeri (c)	65	3,092	1,047			
Önceki Meslek	İşçi (a)	20	2,375	0,792	2,902	0,035*	
	Memur (b)	169	3,057	1,178			
	Serbest Meslek (c)	225	2,957	1,174			
	Emekli (d)	46	2,684	1,179			
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi (a)	281	2,984	1,195	2,216	0,066	
	Ana Muhalefet Partisi (b)	65	2,864	1,089			
	Muhalefet Partisi (c)	90	2,905	1,122			
	Diğer Partiler (d)	11	3,500	0,628			
	Bağımsız (e)	13	2,179	1,410			
Turizm Alanında Eğitim Alma Durumu	Evet	24	3,763	1,180	3,582	0,000*	
	Hayır	436	2,896	1,153			

Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	3,215	1,115	7,442	0,000*	
	Hayır	155	2,403	1,088			
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	3,187	1,144	6,185	0,000*	
	Hayır	168	2,513	1,091			
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	3,623	1,108	3,864	0,000*	
	Hayır	421	2,878	1,156			

* (p<0,05)

Kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında (Tablo 4); önceki meslek (p=0,042) ve turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu (p=0,000), göre 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Bu sonuçlarına göre belediye başkanlarından turizm amaçlı seminer ve konferansa katılmış olanların (3,974) organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4: Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmaları (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	M	SD	t/F	p	Tukey
Cinsiyet	Bay	450	3,852	1,001	-	0,324	0,746
	Bayan	10	3,955	0,746			
Yaş	25-34 yaş (a)	10	3,822	1,002	0,026	0,994	
	35-44 yaş (b)	106	3,877	0,881			
	45-54 yaş (c)	217	3,848	1,055			
	55 ve üzeri (d)	127	3,848	0,991			
Eğitim Durumu	İlköğretim (a)	75	3,954	0,956	0,802	0,524	
	Ortaöğretim (b)	151	3,756	1,034			
	Önlisans (c)	46	3,874	0,926			
	Lisans (d)	168	3,867	1,031			
	Lisansüstü (e)	20	4,072	0,631			
Görev Dönemi	1. Dönem (a)	242	3,814	1,024	0,539	0,584	
	2. Dönem (b)	153	3,920	0,985			
	3 ve üzeri (c)	65	3,849	0,916			
Önceki Meslek	İşçi (a)	20	3,694	0,968	2,759	0,042*	
	Memur (b)	169	3,799	1,042			
	Serbest Meslek (c)	225	3,970	0,910			
	Emekli (d)	46	3,558	1,165			
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi (a)	281	3,886	0,957	2,162	0,072	
	Ana Muhalefet Partisi (b)	65	3,825	1,039			
	Muhalefet Partisi (c)	90	3,888	0,982			
	Diğer Partiler (d)	11	3,848	0,526			

	Bağımsız (e)	13	3,068	1,646			
Turizm Alanında Eğitim Alma Durumu	Evet	24	4,115	0,884	1,321	0,187	
	Hayır	436	3,840	1,000			
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	3,974	0,944	3,683	0,000*	
	Hayır	155	3,617	1,053			
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	3,889	0,974	0,995	0,320	
	Hayır	168	3,793	1,032			
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	4,082	0,902	1,497	0,135	
	Hayır	421	3,833	1,002			

* (p<0,05)

Ürün geliştirme çalışmalarında (Tablo 5); turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumuna (p=0,003) göre 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Turizm amaçlı seminer ve konferansa katılmış olan başkanların (3,549) ürün geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları şeklinde yorumlanabilir. Bununla birlikte belediye başkanlarının kırsal turizmi teşvik eden ve destekleyen bölgesel programlar ve dağıtım ağları konusunda yetersiz olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 5: Turizm Ürünü Pazarlama Çalışmaları (n=197)

Değişkenler	Gruplar	n	M	SD	t/F	p	Tukey
Cinsiyet	Bay	194	3,224	1,183	1,655	0,099	
	Bayan	3	2,083	1,282			
Yaş	25-34 yaş (a)	5	2,650	1,537	1,227	0,301	
	35-44 yaş (b)	42	3,452	1,076			
	45-54 yaş (c)	96	3,104	1,199			
	55 ve üzeri (d)	54	3,250	1,217			
Eğitim Durumu	İlköğretim (a)	24	3,416	0,819	0,811	0,519	
	Ortaöğretim (b)	56	3,098	1,210			
	Önlisans (c)	23	3,413	1,149			
	Lisans (d)	80	3,225	1,288			
	Lisansüstü (e)	14	2,839	1,129			
Görev Dönemi	1. Dönem (a)	96	3,125	1,266	0,682	0,507	
	2. Dönem (b)	72	3,336	1,064			
	3 ve üzeri (c)	29	3,155	1,234			
Önceki Meslek	İşçi (a)	4	2,562	1,390	0,508	0,678	
	Memur (b)	72	3,184	1,224			
	Serbest Meslek (c)	101	3,264	1,197			
	Emekli (d)	20	3,125	1,017			
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi (a)	113	3,243	1,163	1,912	0,110	
	Ana Muhalefet Partisi (b)	32	2,851	1,231			
	Muhalefet Partisi (c)	40	3,418	1,122			
	Diğer Partiler (d)	9	2,750	1,363			

	Bağımsız (e)	3	4,166	1,443			
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	16	3,359	1,434	0,534	0,594	
	Hayır	181	3,193	1,169			
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	165	3,306	1,162	2,700	0,008*	
	Hayır	32	2,695	1,216			
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	152	3,164	1,184	-	0,918	0,360
	Hayır	45	3,350	1,210			
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	27	3,388	1,140	0,855	0,394	
	Hayır	170	3,177	1,198			

* ($p < 0,05$)

Belediye başkanlarının demografik özellikleri ile kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında (Tablo 6); turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumuna ($p=0,008$) göre 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Turizm ürünü geliştirmeye benzer şekilde belediye başkanlarından turizm amaçlı seminer ve konferansa katılmış olanların (3,306) turizmde ürün pazarlama çalışmalarında daha etkin oldukları şeklinde değerlendirilebilir.

Tablo 6: Turizm Ürünü Pazarlama Çalışmaları (n=197)

Değişkenler	Gruplar	n	M	SD	t/F	p	Tukey
Cinsiyet	Bay	194	3,224	1,183	1,655	0,099	
	Bayan	3	2,083	1,282			
Yaş	25-34 yaş (a)	5	2,650	1,537	1,227	0,301	
	35-44 yaş (b)	42	3,452	1,076			
	45-54 yaş (c)	96	3,104	1,199			
	55 ve üzeri (d)	54	3,250	1,217			
Eğitim Durumu	İlköğretim (a)	24	3,416	0,819	0,811	0,519	
	Ortaöğretim (b)	56	3,098	1,210			
	Önlisans (c)	23	3,413	1,149			
	Lisans (d)	80	3,225	1,288			
	Lisansüstü (e)	14	2,839	1,129			
Görev Dönemi	1. Dönem (a)	96	3,125	1,266	0,682	0,507	
	2. Dönem (b)	72	3,336	1,064			
	3 ve üzeri (c)	29	3,155	1,234			
Önceki Meslek	İşçi (a)	4	2,562	1,390	0,508	0,678	
	Memur (b)	72	3,184	1,224			
	Serbest Meslek (c)	101	3,264	1,197			
	Emekli (d)	20	3,125	1,017			
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi (a)	113	3,243	1,163	1,912	0,110	
	Ana Muhalefet Partisi (b)	32	2,851	1,231			

	Muhalefet Partisi (c)	40	3,418	1,122			
	Diğer Partiler (d)	9	2,750	1,363			
	Bağımsız (e)	3	4,166	1,443			
Turizm Alanında Eğitim Alma Durumu	Evet	16	3,359	1,434			
	Hayır	181	3,193	1,169	0,534	0,594	
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	165	3,306	1,162			
	Hayır	32	2,695	1,216	2,700	0,008*	
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	152	3,164	1,184			
	Hayır	45	3,350	1,210	-	0,918	0,360
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	27	3,388	1,140			
	Hayır	170	3,177	1,198	0,855	0,394	

* ($p < 0,05$)

Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6 bulgularının Mitchell & Derek (2005) tarafından öngörülen, kırsal bölgelerde turizm gelişiminde yaşanan temel problemler; talep edenlerdeki bilgi yetersizliği, ürün sunumuyla ilgili beceri eksikliği, çalışılan pazar hakkında fazla bilgi sahibi olunmaması, işbirliği ve pazarlama ağlarının yetersizliği sonuçlarını da desteklediği söylenebilir.

SONUÇ

Bu araştırma kapsamında belediye başkanlarının demografik özellikleriyle (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, belediye başkanlık dönemi, belediye başkanı seçilmeden önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu) ile kırsal turizm alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama) arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

Belediye başkanlarının kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında en çok başvurdukları faaliyetler; yerel medya ile bilgi paylaşımı, sergi ve festival düzenleme olarak öne çıkmaktadır. Kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında önceliği turizmin gelişimi için gerekli olan finansal destek sağlama, yerel ekonomik ürünlerinin pazarlamasında yönelik işbirliği, yerel ekonomik ürünlerin geliştirilmesinde işbirliği ve yerel ekonomik gelişime yönelik eğitim programları hazırlanması çalışmaları oluşturmaktadır. Turizm ürünü geliştirme çalışmalarında tarım turizmini ön plana

çıkabilecek tarımsal ürünlerin tanıtımı ilk sırada yer almaktadır. Bu faaliyeti doğal ortamlarda yapılabilecek spor aktiviteleri ve yerel turizm ürünlerine yönelik marka oluşturma çalışmaları izlemektedir. Turizm ürünü pazarlama çalışmalarında ise yörelerini ziyaret edebilecek potansiyel turistlere yönelik pazar araştırmaları, yerel turizm pazarının güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirlemeye yönelik analiz çalışmaları izlemektedir.

Belediyelerin turizme yönelik çalışmaları belediye başkanlarının eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır. Bu bağlamda, lisansüstü ve lisans mezunu belediye başkanları, ilköğretim mezunu belediye başkanlarına göre turizm konusunda daha bilinçli olup, bilgi birikim düzeyleri daha yüksektir. Bu kapsamda, ulusal planlama çalışmalarında ve hükümet politikalarında belediye başkanlarında öğrenim kriterine bakılması yararlı sonuçlar üretebilecektir. Bu sonuç, Middleton vd. (1998) tarafından öngörülen "sürdürülebilir gelişimde, turizmi karar verme sürecinin merkezine yerleştiren sistemlere düşen görevlerden bir tanesi de, kurs ve eğitimlerle yerel bilinç oluşturma" ilkesi örtüşmektedir.

Belediye başkanlarının kırsal turizm bağlamında en çok duyarlılık gösterdikleri alt boyut; organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları olmuştur. Diğer kurumlarla birlikte turizme yönelik çalışmalar yapmayı öngören organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları kapsamında belediye başkanlarının, kamusal kurumlarla işbirliğini tercih etmeleri dikkat çekicidir.

Kırsal turizm alt boyutları içerisinde ürün geliştirme ve ürün pazarlama çalışmaları, belediye başkanlarının en zayıf oldukları alanları oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen 460 belediyeden sadece 193'ü ürün geliştirme çalışması ve sadece 197'si ürün pazarlama çalışması yaptıklarını beyan etmiştir. Bu kapsamda, turizme yönelik ürünlerin geliştirilmesi ve pazarlanması konusunda belediye başkanlarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Güçlendirme sürecinde ürün geliştirme ve ürün pazarlama için üniversiteler bilgi düzeyinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı ise uygulama düzeyinde önemli destek birimleri olarak görülebilir. Üniversiteler, yaygın eğitim yöntemleri (kurs, seminer, konferans, panel, vb.) ile belediyeleri turistik ürün geliştirme ve ürün pazarlama konularında bilgilendirebilirler. Kültür ve Turizm Bakanlığı ise ulusal ve uluslararası fuar ve gezilere belediyeleri davet edebilir.

Bu çalışmada, belediye başkanlarının demografik özelliklerinin kırsal turizme etkisi boyutunda kavramsal bir yapı oluşturulmuştur. Araştırmanın kendi turizmini oluşturmayı düşünen belediye yöneticileri için yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, bundan sonra yapılacak benzer araştırmalarda bu çalışmada elde edilen bulguların geliştirilebilmesi ve genelleştirilebilmesi için araştırmacıların aşağıdaki hususları dikkate almaları yararlı olabilecektir:

-Araştırmada örneklem kitlesi belediye başkanlarından seçilmiştir. Dolayısıyla, araştırma bulgularının farklı yerel yöneticilere (kaymakam, il özel idare müdürü, muhtar) uygulaması halinde değişebilmesi mümkündür.

-Araştırma kapsamında geliştirilen ölçeklerin kırsal bölgelerde turizm gelişimi bağlamında farklı yönetim birimlerine (il özel idareleri, kaymakamlıklar, STK, vb.) yönelik araştırmalarda kullanılması yararlı olabilecektir.

-Bundan sonraki çalışmalarda belediye başkanlarının farklı demografik özellikleriyle (medeni durum, gelir durumu vb.) kırsal turizm ilişkisinin araştırılması yararlı sonuçlar doğurabilir.

KAYNAKÇA

Ağaoğlu, O. K. (1992). Yerel yönetimler ve turizm. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, 3(4), 18-23.

Akça, H., Sayılı, M. & Esengün, K. (2004). Türkiye’de kırsal kalkınma modelleri arayışında kırsal turizm yaklaşımı önerisi. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi*, (145), 1-13.

Andriotis, K. (2002). Local authorities in Crete and the development of tourism. *The Journal of Tourism Studies*, 13(2), 53-62.

Azıklı, S. & Özgür, H. (2004). Belediyelerin turizme yönelik ve turizmi etkileyen hizmetleri. A. Yüksel ve M. Hançer (Editörler). *Turizm ilkeler ve yönetim*. (s.121-142). Ankara: Turhan Kitabevi.

Bal, H. (1995). *Turizmin kırsal toplumda aile içi ilişkilere etkisi (Antalya'nın üç köyünde karşılaştırmalı bir araştırma)*. İstanbul: Doğa-İnsan Yayınları 1.

Baş, M., Kılıç, B. & Güçer, E. (2007). Türkiye’de yerel yönetimler ve turizm. *Mevzuat Dergisi*, Kasım 9(119), 1-12.

Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. & Köklü, N. (2012). *Sosyal bilimler için istatistik*. (10. Baskı). Ankara: A Pagem Akademi.

Cai, L. A. & Li, M. (2009). Distance-segmented rural tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, (26), 751-761.

Campanhola. C. & Graziano da Silva. J. (1999). Tourism in the rural area as a new opportunity for small farmers. *Texto para Discussão*. IE/UNICAMP n. 72. June.

EC (1999). *Towards quality rural tourism*. Brussels: Enterprise Directorate General Tourism Unit.

Elliot, J. (1997). *Politics of tourism*. London, UK: Routledge.

Eraqi. M. (2010). Rural tourism quality: Fayoum as a rural tourist destination in Egypt. *International Journal Tourism Anthropology*, 1(1). 70-86.

Ertuna, B., Güney, S., Güven, Ö. & Aydemir, N. (2012). Yerel halkın kırsal turizm gelişimine katılma isteğini etkileyen unsurlar: Kastamonu örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 59-66.

Hall, C. M. & Jenkins, J. M. (1998). The policy dimensions of rural tourism and recreation. In R. Butler, C. M. Hall & J. M. Jenkins (Eds.), *Tourism and recreation in rural areas*. (p.28-42). Chichester: Wiley&Sons.

Hegarty. C. & Prezeborska. L. (2005). Rural and agri-tourism as a tool for reorganising rural areas in old and new member states: A comparison study of Ireland and Poland. *International Journal of Tourism Research*. 7(2). 63-77.

Holland, J., Burian, M. & Dixey, L. (2003). Tourism in poor rural areas. *PPT Working Paper*, (12), 1-36.

http://www.southhams.gov.uk/administration/committee_agendas/prosperity_pdg/23Jun05/Tourism%20and%20Marketing%20Strategy%20Review_Appendix%20A_23.06.05.pdf adresinden 12 Kasım 2011’de alınmıştır.

Ishikawa. N. & Fukushige. M. (2007). Who expects the municipalities to take the initiative in tourism development? Residents' attitudes of Amami Oshima Island in Japan. *Tourism Management*, (28), 461- 475.

Karkın, N. (2007). Sağlık hizmetlerinin dönüşümü sürecinde yerel yönetimlerin tutum ve beklentileri: Büyükşehir belediyeleri örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Kastenholz. E., Davis. D. & Paul. G. (1999). Segmenting tourism in rural areas: The case of North and Central Portugal. *Journal of Travel Research*. 37. 353-363.

Kokkranikal, J. J. & Baum, T. (2002). Human resources development for tourism in rural communities: A case study of Kerala. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, (7) 2, 64-76.

Long, J. (1994). Local authority tourism strategies-a British appraisal. *The Journal of Tourism Studies*, 5(2), 17-23.

Middleton, V. T. C. & Hawkins, R. (1998). *Sustainable tourism: A marketing perspective*. (First published), London: Butterworth-Heinemann.

Mitchell, M. & Derek, H. (2005). Rural tourism and sustainable business: Key themes and issues. In H. Derek, I. Kirkpatrick and M. Mitchell (Eds.), *Rural Tourism and Sustainable Business*. (p.3-12). Clevedon-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.

Momsen, J. H. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. J. Jafari (Ed). London, GBR: Routledge.

Nuckolls, J. & Long, P. (2009). Organizing resources for tourism development in rural areas. Center for Sustainable Tourism East Carolina University. Web: www.sustainabletourism.org adresinden 10 Mart 2010'de alınmıştır.

Olalı, H. & Timur, A. (1988). *Turizm ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti.

Özmen, A. (1999). Örnekleme. A. A. Bir (Editör). *Sosyal Bilimlerde araştırma yöntemleri*. (s.23-54). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081.

Öztürk, Y. & Ayaz, N. (2010). Turizm olgusunda Yerel Gündem 21 uygulamaları üzerine bir araştırma. O. E. Çolakoğlu (Editör). *11. Ulusal Turizm Kongresi*. (s.324-333). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Reed, M. G. (1997). Power relations and community based tourism planning. *Annals of Tourism Research*. 24(3), 566-591.
- Ribeiro, M. & Marques, C. (2002). Rural Tourism and the development of less favoured areas-between rhetoric and practice. *International Journal of Tourism Research*, (4), 211-220.
- Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, (12), 1-11.
- Soykan, F. (2004). *Kırsal alanların turizm potansiyelinin saptanması ve Şirince Köyü'ne (İzmir) uygulanması*. Bornova-İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları: 122.
- Strömberg, M. & Andersson, R. (2010). The usage of safety management tools in Swedish municipalities. *Safety Science*, (48), 288-295.
- Şerefoğlu, C. (2009). Kalkınmada kırsal turizmin rolü-2007-2013 yılları arasında ülkemizde uygulanacak olan IPARD kırsal kalkınma programındaki yeri, önemi ve beklenen gelişmeler. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (2008). *Katılım öncesi yardım aracı kırsal kalkınma programı (IPARD 2007-2013)*. Ankara: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Yayınları.
- Tosun, C. Timothy, D. J. & Öztürk, Y. (2003). Tourism growth, national development and regional inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism*, (11), 133-161.
- United Nations (2007). Report of the World Tourism Organization to the United Nations Secretary-General in preparation for the High Level Meeting on the Mid-Term Comprehensive Global Review of the Programme of Action for the Least Developed Countries for the Decade 2001-2010. Web: <http://www.un.org/special-rep/ohrlls/ldc/MTR/WorldTourisminput.pdf> adresinden 26 Kasım 2009'de alınmıştır.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, T. (1992). Yerel yönetimler ve turizm. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, (25-26), 5-7.

Vaughan, D. R., Jolley, A. & Mehrer, P. (1999). Local authorities in England and Wales and the development of tourism internet sites. *Information Technology and Tourism*, 2(2), 115-129.

Yeter, E. (1993). Yerel yönetimler açısından turizmde denetim boyutu. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, Mart-Nisan (2), 25-27.

Yüksel, F., Çevik, O. & Ardıç, K. (2008). Belediye başkanları gözüyle yerel yönetim sorunları. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (1), 1-26.

Yüksel, F. & Yüksel, A. (2008). Perceived clientelism: Effects on residents' evaluation of municipal services and their intentions for participation in tourism development projects. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(2). 187-208.

Zecevic, B. (2011). An Analysis of The Inclusion of Tourism in Local Development Strategies. Web: http://rs.one.un.org/organizations/12/Local_strategies_and_tourism_Zecevic_FINAL_ENG.pdf adresinden 16 Ekim 2011'de alınmıştır.

Wang, Y. A. & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, (47), 84-93.

Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J. & van Es J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, (40), 132-138.

Extended Abstract

Introduction

Tourism has been considered as an important tool to deal with poverty in developing countries. This awareness has led to an increase in the number of studies regarding the promotion of legal and political structures favorable for the development of the rural areas through tourism (Hall & Jenkins, 1998; United Nations, 2007; Zecevic, 2011). Despite these studies, rural tourism has not been fully developed. Basic problems that constitute an obstacle to the development of rural tourism include the demanders' lack of information, lack of necessary skills about the promotion of the touristic goods and services, lack of information about the market, and the inadequacy of cooperation and

marketing networks (Mitchell & Derek, 2005). The precondition to solve the problems and maintain the development of rural tourism is to sustain participation and public support (Wilson et al., 2001). Hierarchical organization of the rural stakeholders and cooperation are the suggestions to manage tourism plans and projects in an effective way. As such, integration of the rural areas to the regional, national and international tourism networks could be sustained (Soykan, 2004). Municipalities, which have the authority to manage rural tourism resources and represent the rural stakeholders should take part in regulations that are based on the principles of equality, justice and rational guidance to the behaviors of all stakeholders. As the representative of the local interests, municipalities are expected to place importance to sustainable development and marketing services in addition to providing infrastructure services (Cai & Li, 2009).

With its natural, historical and social resources, Turkey is a country that can respond the international tourism demand. Existing studies show rapid development of tourism in the country with a concentration of touristic activities in urban areas and attraction centers. Despite Turkey's unique rural resources, tourism has not been effectively used to promote rural development. That is, the development of tourism and the increase in the number of tourists in coastal areas have not found its reflection in the rural and developing regions of the country (Tosun et al., 2003; Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2008). Within this context, the support of every institution is highly crucial.

This study analyzes the relationship between the demographic characteristics of the mayors of rural municipalities and the participation of these municipalities in tourism. It aims to provide contributions to the efforts to diversify touristic products, handle the problem of seasonality and localize the public services by taking the opinions of the municipality mayors into account. With this aim in mind, a survey has been conducted on 460 mayors in 28 provinces which have been considered as privileged tourism development regions. Based on the demographic variables (gender, age, educational level, professional status prior to the election, the party that the mayor is representative of, tourism education, mayorship term, participation in conferences about tourism, participation in touristic journeys, professional experience in tourism sector), this study analyzes the current situation regarding touristic activates.

Methodology

This study intends to provide a contribution to the efforts to diversify Turkish tourism, handle the problem of seasonality and localize the public services by taking the opinions of mayors into consideration. Within this context, the study analyzes the relationship between the demographic characteristics of the mayors (gender, age, educational level, professional status prior to the election, the party that the mayor is representative of, tourism education, mayorship term, participation in conferences about tourism, participation in touristic journeys, professional experience in tourism sector) and their involvement in activities regarding the sub-dimension of rural tourism (raising public awareness, developing organizational structure, product development, product marketing), within the context of the following questions:

- Is there a meaningful difference between the demographic characteristics of the mayors and their opinion regarding raising awareness about rural development?
- Is there a meaningful difference between the demographic characteristics of the mayors and their opinion regarding organizational structure development in rural tourism?
- Is there a meaningful difference between the demographic characteristics of the mayors and their opinion on rural tourism product development?
- Is there a meaningful difference between the demographic characteristics of the mayors and their opinion on marketing of rural tourism?

Conclusion

This study analyzed the relationship between the demographic characteristics of the mayors (gender, age, educational level, professional status prior to the election, the party that the mayor is representative of, tourism education, mayorship term, participation in conferences about tourism, participation in touristic journeys, professional experience in tourism sector) and their involvement in activities regarding the sub-dimension of rural tourism (raising public awareness, developing organizational structure, product development, product marketing).

We found that sharing information with the local media and organization of exhibitions and festivals were the main activities that the mayors conducted in order to increase awareness about rural tourism. Regarding organizational structure development, the

mayors mostly concentrated their efforts on providing financial support for tourism development, cooperation for the development and marketing of the rural products, and education programs to maintain local economic development. In order to maintain touristic product development, the mayors that participated in this study placed emphasis on the promotion of agro-touristic products, outdoor sport activities and branding of the local touristic products. Finally, regarding the tourism marketing activities, the mayors promoted marketing research on the potential tourists that may visit the area, and the SWOT analysis about the local tourism market.

There is a meaningful relationship between the education status of the mayors and their tourism activities. Those with a bachelor degree and above are more aware of the importance of the tourism compared to the primary school graduates. Hence, we believe that taking the educational status of the mayors into account while preparing national and regional tourism plans may increase the success rate of these plans. This conclusion is parallel to the suggestion of Middleton et al. (1998), who underlined the importance of the lectures and seminars to increase local awareness in order to maintain sustainable rural tourism development.

The mayors that took part in this study placed higher importance to the organizational structure development activities. The organizational structure development activities presume cooperation with other authorities and the mayors in our study mostly prefer cooperation with the public institutions.

Touristic product development and marketing sub-dimensions are the weakest dimensions that the mayors have engaged in. 193 and 197 out of 460 municipalities engaged in product development and product marketing activities, respectively. These findings led us to suggest that the municipalities should be empowered in order to maintain touristic product development and marketing. Universities and the Culture and Tourism Ministry may cooperate with the municipalities in order to provide technical and financial support. Universities may provide educational support to promote touristic product development and marketing in the form of lectures, seminars or conferences whereas the Culture and Tourism Ministry may invite the municipalities to the national and international fairs and festivals.