

TÜRKİYE'DE KIRSAL TURİZM DESTİNASYONLARININ REKABETÇİ GÜCÜNÜN GELİŞTİRİLMESİ İÇİN STRATEJİK ÖNERİLER

Yazarlar/Authors: Bilge KARAMEHMET*Gökhan AYDIN**C. Uğur ÖZGÖKER***

ÖZET

Bu çalışma Türkiye'nin kırsal turizm açısından rekabet gücünün artırılmasına yönelik strateji belirleme ve uygulama geliştirebilmesine destek olmak amacıyla yürütülmüştür. Bu doğrultuda dünya genelindeki en iyi uygulamalar (best-practices) incelenerek turizm, pazarlama, rekabet ve tutundurma çalışmalarını geniş çaplı olarak ilgili literatürden destek alınarak değerlendirilmiştir. Aynı zamanda dünyadan önemli örnekler, Avrupa Birliği ülkelerine odaklanarak okuyuculara metin içerisinde sunulmuştur. Türkiye'de bu güne kadar gerçekleştirilen başarılı kırsal turizm uygulamalarına yer verilerek rekabetçi kırsal turizm ve tutundurma çabaları karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmiştir.

Yapılan çalışmanın sonucunda ilgili kişi/ kurum ve devlet desteği ile yerel halka verilecek çevresel, agro-turizm, eko-turizm ve ilgili turizm alanlarındaki bilimsel bilgilendirme faaliyetlerinin artırılması, devlet desteğinin sağlanması, öncelikli bölgelerin saptanması, turizm odaklı alternatif geçim faaliyetlerinin hayata geçirilmesi, sosyal olanaklar sunulması ile kırsal destinasyonların etkin kullanımının sağlanması, kırsal yerleşimlerinin konaklamaya açılması, çevre ve turizm alanında dernek, vakıf, federasyonların kurulması gibi öneriler dünyadaki ve Avrupa Birliği'ndeki uygulamalardan örnek alınarak sunulmuştur. Gelecek araştırmalar için temel oluşturacak bu çalışmanın kırsal turizmi rekabet açısından değerlendirme fırsatı tanıyacağı beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal turizm, rekabet, pazarlama, turizm, devlet yardımları

SUGGESTIONS FOR IMPROVING COMPETITIVE POWER OF TURKEY'S RURAL TOURISTIC DESTINATIONS

ABSTRACT

This study aims to facilitate an increase in competitiveness of Turkey in rural tourism by offering strategies and developing practices. Strategy setters and developers in this area as well as practitioners of rural tourism can benefit from the present study. To realize this goal global best practices in rural tourism, marketing, and promotional activities that led to increased competitiveness are analyzed utilizing relevant academic studies as well as real life examples. Specific applications worldwide and especially in Europe are provided within the text to offer a better insight to readers. In addition, successful applications in Turkey are also analyzed to offer comparative results on competitive rural tourism policies and best practices.

As a result of the analysis several suggestions were made to increase the competitiveness in light of the best practices around the globe. First of all, educating the local communities that are associated with agro-tourism and eco-tourism to increase awareness and knowledge by the support of individuals, organizations and government was proposed. In addition, identification of priority areas in rural tourism and providing support (financial and non-financial) by governmental institutions is offered as a basis to set a clear roadmap to increased competitiveness. In implementation stage, establishing tourism related alternative income generating activities, utilizing the accommodation potential of rural settlements, ensuring effective use of all amenities in rural destinations, and also establishing tourism associations, foundations/federations to supervise and lead the efforts in this context was proposed. This study not only presents a base for the future researches but also gives opportunity to assess the present state of rural tourism from rural competitiveness perspective.

Key Words: Rural tourism, competition, marketing, tourism, state aid

GİRİŞ

Günümüz toplumlarında artan yaşam stresi nedeniyle dinlenme ve eğlenmeye olan ihtiyacın artması beraberinde bu olanağı sunan alanlara olan talebin artışı getirmiştir. Dünya genelinde tüketicilerin tercihlerinin, isteklerinin ve ihtiyaçlarının değişmesi ve çeşitlenmesine paralel olarak ülkemizde de dinlenme, eğlenme vd. amaçlı turizmin çeşitlendiğini görmekteyiz. Turizmin çeşitlendirilmesini sağlamak üzere ülkemizin tüm yörelerinde mevcut olan farklı kültürel değer ve doğal varlıkların belirlenip öne çıkarılarak turizme kazandırılması önemli bir fırsat belki de bir ihtiyaç haline dönüşmüştür. Bu bağlamda ülkemizde var olan doğal, termal, sağlık, kış, dağ, sualtı ve su üstü sporları, yayla, botanik, çiftlik, yerel sanat, tarihi kent, inanç, arkeoloji gibi doğal ve kültürel açıdan önemli yerlerin bütünlük olarak yönetimi, birbirlerini destekleyecek şekilde pazarlanmaları ile turizm açısından daha cazip destinasyonların oluşturulması ve turizme katkı sağlamanın mümkün olduğu düşünülmektedir. Bu sayede kırsal alanlardaki turizmin canlanması, bölgelerin özelliklerinin tanıtılacağı, tarihsel, kültürel ve sanatsal faaliyetlerin arttırılacağı, konaklama ve yeme-içme, eğlenme olanaklarından daha fazla faydalanılacağı tahmin edilmektedir.

* Medipol Üniversitesi, Yrd. Doç. Dr.

** İstanbul Arel Üniversitesi, Yrd. Doç. Dr.

*** İstanbul Arel Üniversitesi, Doç. Dr.

1. KIRSAL TURİZM

1.1. Kırsal Turizm Tanım

Dünya genelinde kırsaldan büyük şehirlere göç ile artan şehirleşme oranları ve mega-şehirlerin ortaya çıkışının bir sonucu olarak şehirde yaşayanların farklı sebeplerle boş vakitlerinde kırsal alanlara gittiklerini gözlemlemekteyiz. Şehirde yaşayan kişiler genellikle kırsal alanlara rekreasyonel amaçlı gününbirlik veya akrabalarını ziyaretleri için giderken, özellikle kırsal yaşam biçiminin çekiciliği, stres ve baskı yaratacak sınırlamaların ve zorunlulukların olmayışı, buna karşın kişilerin kendilerini özgür hissetmelerini sağlayacak olanakların varlığı, günümüzde gerek hafta sonları, gerekse mevsimlik, yıllık tatillerde bu ortamlara yoğun ziyaretleri beraberinde getirmiş böylece “kırsal turizm” denilen bir turizm türü doğmuştur (Soykan, 1999:68).

Başlangıçta özellikle iç turizmi konu alan kırsal turizm, son yıllarda iletişim ve ulaşım olanaklarının artmasına paralel olarak uluslararası turizmin konusu olmaya başlamıştır. Gelişmekte olan birçok ülke kırsalturizmin kırsal kalkınma içindeki rolünü fark etmekte geç kalmışlardır ve bu katkı yeni yeni önemsenmeye başlamıştır (Akça, 2004:64).

Kırsal turizm Avrupa Birliği'nin *Kırsal Turizme Doğru* adlı yayınında şu şekilde tanımlanmaktadır: “Kırsal turizm, amacı tarımsal, yerel kültürel ya da tarihsel değerlerle iç içe bulunarak hoşça vakit geçirmek olan turistlere, onların beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek-ıçecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür”(EuropeanCommission, 1999:151).

1.2. Kırsal Turizm Özellikleri

Kırsal turizmin en önemli özelliklerinden olan belirli bir bölgenin kırsal kültürünün o bölgeye has ürünlerle olan ilişkisi ve genellikle doğal hizmetler ile sağlanan hususlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Veer ve Tuunter, 2005:14).

Kırsal turizmin sezonluk özelliği değerlendirildiğinde çoğu turizm sektöründen uzun sezonunun 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 işbirliği ve koordinasyon en büyük sorunlardan biri olarak ele alınmaktadır. Ulusal organizasyonların bu işbirliği ve koordinasyonu sağlamak amacıyla kuruldukları ve faaliyet gösterdikleri göze çarpmaktadır. Aynı zamanda turizm faaliyetinde bulunan kişi ve kuruluşların ürün ve hizmetlerini tanıtmak ve sunmak amacıyla bir araya geldiği yöresel pazarların kurulması ile daha fazla ziyaretçiye ulaştırılmaktadır. Özellikle bu pazarlar için gelen turistlerin yerli turistler olduğu bilinmektedir. Kırsal turizmin ekonomiye katılımda cinsiyet eşitliği sağlaması yolunda faydası olmakta, özellikle de tarımsal üretimde kadınların daha çok bizzat yer aldıkları görülmektedir (Şerefoğlu, 2009:24).

Kırsal turizm, kırsal bölge halkının girişimcilik potansiyelini canlandırması, yerel girişimlerin ve ekonominin hareketlenmesi, ülke ve bölge düzeyinde kırsal kalkınmaya destek vermesi, yöre kadınının istihdamı bakımından önemli bir güce sahiptir.

Yukarıda yapılan açıklamalardan anlaşılacağı üzere kırsal turizm konusunda harekete geçen ve ivme kazanan ülkelerin turizm sektöründe daha başarılı oldukları, düşük sezonları bu tür turizm çeşitleriyle değerlendirdikleri göz önüne alındığında kırsal turizmin ülke turizmine ve makro açıdan bakıldığında ülke ekonomisine olan etkileri açıktır. Farklı turizm destinasyonlarının oluşturulmasıyla bölgenin ekonomisinin canlandırılması hem bölge sanayiine hem de küçük ve orta ölçekli hizmet işletmelerine katkı sağlayacaktır. Bu durum mikro bakış açısıyla bölgede faaliyet gösteren işletmelerin kalkınmasına olanak sağlarken makro açıdan bakıldığında ülkenin turizm konusundaki rekabet gücüne güç katacağı düşünülmektedir.

2. LİTERATÜR

2.1. Kırsal Turizm Destinasyonlarında Rekabet Üstünlüğü

Rekabetçilik kavramı geleneksel olarak “uzun vadede rekabete dayanma yeteneği” olarak tanımlanmaktadır. Uzun vadede rekabete dayanma yeteneği ile anlatılmak istenen ise yalnızca şuan ve destinasyon çerçevesinden değil aynı zamanda gelecek ve yeni destinasyonlar açısından değerlendirilmesi gerektiğidir (Urban ve Dario, 2005).

Dünyada diğer ülkelerin turizmden aldıkları paylar Türkiye'nin turizm sektörü yapısı ile birlikte karşılaştırmalı olarak incelendiğinde, Türkiye'nin tarihi ve kültürel zenginliklerini yeterince değerlendiremediği görülmektedir. Rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen kurumların veya ülkelerin, inovasyon kavramı ile yakından ilgilenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu haliyle rekabet üstünlüğünün sağlanmasında ziyaretçi sayısı, kültürel ve tarihi değerlerin tanıtımı ile sunumu, turizm servis kalitesi ve nihai olarak turist memnuniyeti öne çıkan faktörlerdir. 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 olduğunun sinyallerini vermektedir. 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 gerçekleştirilebilmesi mümkündür. Böylece kırsal turizmde rekabet üstünlüğünün yaratılması amaçlanmaktadır. Bu konuda başarı ölçütlerini belirlemek ve değerlendirmek olabildiğince zor bir işlemdir. Bunun sebebi objektif faktörler (ziyaretçi sayısı, pazar payı, gelen turistlerin harcamaları ve turizm endüstrisine yapılan katkılar) kadar birçok subjektif faktörün (kültürel ve tarihi olarak zenginliğin derecesi, servis edilen turizm hizmetinin kalitesi ve turistlerin memnuniyeti) de başarı ölçütleri arasında yer almasıdır. Memnuniyeti etkileyen faktörlerin pazarlama ve tüketici davranışları gibi diğer bilim dalları tarafından ortaya konulduğu şekilde yalnızca objektif değil ağırlıklı olarak subjektif faktörler tarafından etkilendiği bilinmektedir. Tüm bu açıklamalar neticesinde turizmde rekabet edebilmek için çok boyutlu bakış açısına sahip olmak ve turizm destinasyonlarının rekabet edebilirliğinin artırılması gerekmektedir. Bu boyutlar literatürde de yer bulmaktadır.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde turizmde rekabet konusunda yapılmış en kapsamlı çalışmanın Ritchie ve Crouch'a ait olduğu görülmektedir (Haahti ve Yavaş, 1983:34). Araştırmacılar rekabet kavramını; öncelikle ülke bazında (Heath ve Wall, 1992), ardından daha mikro çerçevede endüstri bazında (Goodrich, 1977:10), ardından daha da detaylandırarak ürün ve işletmeler bazında turizm destinasyonuna uyarlayıp uygulamışlardır (Kozak ve Rimmington, 1999:273).

Ritchie ve Crouch (2003), destinasyonların rekabet gücünü, bir turizm bölgesinin yerleşimlerine yüksek bir hayat standardı sağlayan imkânlar olduğunu ifade etmişlerdir. En rekabetçi destinasyonların uzun dönemde vatandaşlarına en iyi olanakları sağlayanlar olduğu belirtilmiştir. En önemlisi ise bahsi geçen turizm rekabet gücünün sağlanabilmesinin destinasyonların gelişimlerinin sürdürülebilir temellere bağlanması gerektiği açıkça belirtilmiştir.

Turizm rekabetinin bir diğer bakış açısıyla tanımı ise, bir turizm destinasyonunun piyasa payını ve gücünü sürdürmesi, koruması ve zamanla onu geliştirmesi şeklindedir (d'hauteserre, 2000:23).

Mihalic, destinasyon rekabetini, çevresel bir bakış açısıyla turizm bileşenlerini doğal ve yapay (insan yapımı) olarak tanımlamaktadır (Mihalic, 2000:65).

Destinasyon rekabeti, sistematik bir analiz metodu ve değerlendirme teknikleri ile rekabet etmedeki farklı özelliklerin kıyaslanması (Pearce, 1997:16), inovatif bir girişim gerektiren bir süreç (Poon, 2002), turizm destinasyonunun bütünleştirilmiş kalite yönetimindeki başarısı (Go ve Govers, 2000), turizm pazarlamasında satış geliştirme amacıyla yapılan fiyat kaynaklı promosyon faaliyetleri (Peattie ve Peattie, 1996:433), çift taraflı turist akışı olan ülkeler arasındaki çift yanlı turizm akışı (Prideaux, 2000:53) şeklinde tanımlanmaktadır.

Ampirik bir çalışma ile destinasyon rekabetini ölçen Enright ve Newton'un çalışmasında, Hong Kong'un diğer rakip on turizm destinasyonu arasındaki rekabetçi gücünün, hem turistik çekicilik faktörleri bazında ve hem de işletme faktörleri bazındaki karşılaştırılması kapsamlı olarak yapılmıştır (Enright ve Newton, 2004:777). Başka bir çalışmada olduğu gibi; destinasyon rekabetinin inovatif süreçler gerektiren bir süreç olduğu ortaya çıkmıştır (Poon, 2002). Literatürde başka bir araştırmaya göre ise destinasyon rekabetinde fiyat kaynaklı promosyon faaliyetlerinin önemi ortaya çıkmıştır (Pattie ve Pattie, 1996:433).

Teorik olarak özetlenecek olursa, yapılan araştırmalardaki genel görüş birliği, turizm konusunda etkin bileşen öncülü bilişsel bileşendir ve bu bileşen turistlerin nesnelere destinasyonlar (Beerli ve Martin, 2004:623) arasındaki bağı (Lin vd., 2007:183) kurmalarını sağlar (Holbrook, 1978:545). Rekabet edebilmek için kırsal turizme pazarlama bakış açısıyla bakıldığında bilişsel bileşenin turistlerin tatmin edilmesinde öncü rol üstlendiğini söyleyebiliriz.

Belli bir aşamaya kadar destinasyon rekabetinin artırılabilmesi, destinasyonun turistlere cazip gelmesine bağlıdır. Ayrıca destinasyonların markalaşması ve tutundurması süreci projelendirme ve yaratıcılığa bağlıdır. Bu durum

özellikle destinasyon farkındalığı yaratıp diğer potansiyel destinasyonlardan sıyrılarak rekabet edebilirliği arttırıp (Gartner, 2009:51), turistlerin tatil için destinasyon yer seçimlerini garanti eder (Cai, 2002:720).

Türkiye'nin kırsal turizmi konusunda rekabet edebilirliğinin belirlenebilmesi, karşılaştırmalı analiz ve rekabet gücünün geliştirilebilmesi için dünyadaki kırsal turizm uygulamalarını incelemek gerekmektedir. Bu sayede gerçekleştirilmiş kırsal turizm faaliyetleri ve sonuçlarından örnek alınacak, rekabet gücünü arttırıcı yaratıcı girişimler için başlangıç noktası oluşturulabilecektir ve uygulamalarını iyileştirilmesi adına girişimlerde bulunulabilecektir. Bu bağlamda aşağıda sırasıyla dünyada ve Türkiye'deki kırsal turizm en iyi uygulamaları incelenmiştir.

2.2. Dünyada Kırsal Turizm Uygulamaları

19. yüzyılda kentsel turizm yoğunluğundan ve hizmet sorunlarından dolayı turizm sektörü kırsal alanlara doğru kaymaya başlamıştır. Bu dönemde yapılan yatırımlar arasında özellikle Alpler ve Kanada Rocky dağlarında yapılan demiryolu yatırımları, kırsal turizm yatırım uygulamalarının öncüleri olarak sayılabilmektedir (OECD, 1994:7).

Turizm, diğer alanlarda olduğu gibi kırsal alanlarda da ekonomik gelişmeyi canlandırarak 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, 2004:25).Avrupa'da kalkınma için yönlendirici güç olarak kırsal turizm önemli bir yer tutmaktadır. Bu yüzden kırsal turizm çok geniş çaplı bir örgütlenme ile çeşitli ulusal ve uluslararası dernekler çatısı altında yönetilmektedir. Bunlar arasında en önemlilerinden birisi Uluslararası Kırsallık-Çevre Kalkınma Derneğidir (International RuralandEcological Development Association: R.E.D). Dernek bünyesinde kırsal turizmi geliştirmek adına tarım-çevre-turizm alanındasınır ötesi gruplarla ortaklaşa eğitim ve seminerler düzenlenmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006:13).

Fransa'da turizm sektörü, 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. Bu oluşum; 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 koruma altındadır.

İtalya'da kırsal turizm aile ve yetişkin turizmi şeklinde tanımlanabilir. Bunun sebebi kırsal alanlarda daha çok ailelerin kurmuş oldukları tesislerin olması ve kırsal alan turistlerinin yetişkinlerden oluşmasıdır (Soykan, 2006:84).

İspanya'da kıyı turizmine alternatif olarak dağ köylüleri turizme yöneltilmeye çalışılmıştır. Bu sayede yörede kırsal turizm etkili şekilde var olabilecektir. Bu çerçevede biri teknik; muhasebe, Fransızca, kentleşme, animasyon ve yasalar ile ilgili, diğeri deneysel; kırsal turizm uygulama örneklerini tanıtmak üzere çift yönlü eğitimler düzenlenmiştir. Eğitimler sonrasında eylem planları hazırlanarak uygulamaya konmuştur (Soykan, 2000:21). Aynı zamanda İspanya'da kırsal turizm kapsamında turistlere kamp yapma, ata binme ve atlı gezi, doğa yürüyüşü ve dağ bisikleti gibi sosyal olanaklar sunulmaktadır (Esengül, 2005:168).

Almanya kırsal turizm konusunda en iyi örnekleri sergileyen ülkelerden biridir. Kırsal turizm ile tarım sektörünü bağdaştıran bütünleştiren ve çift taraflı kazanım sağlayan girişimlerde bulunmuştur. Almanya'da yaşayan çiftçilerin yaşam standartlarının yükseltilmesi amacıyla başlatılan çalışmalar kırsal alanda yaşayan genç nüfusa istihdam olanakları sunarken kişi başına elde edilen gelirin artması da sağlanmıştır. Almanya bilhassa çiftlik turizmi konusuna 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, 2005:168). Ayrıca günümüzde ülkede 14 milli park, 101 doğa parkı, 15 biyosfer koruma alanıyla geniş ekolojik bir coğrafyada kırsal turizm faaliyetleri yapılmaktadır.

Portekiz'de balıkçılıktan sağlanan gelirin yanı sıra yaz mevsiminde balıkçı köylerine gelen turistlere evlerini pansiyon olarak kullanıma imkân 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 gelir seviyelerinin artması paralelinde refah düzeylerinde artış olduğu görülmektedir. Yeni Zelanda'da yaşayan ailelerin bölgeye gelen turistlere çiftliklerde konaklamalarına olanak sağlanması, çiftliklerde yaşayan aile fertleri

tarafından üretilen geleneksel örgüler, bölgeye özgü giyim, hatıra, süs ve hediyelik eşyaların turistlere satılması sonucunda da çiftliğin tarım dışı gelirleri de artmaktadır. Malezya'da tüm diğer ülkelerden biraz daha farklı olarak geleneksel yaşam tarzı bu kez yöre kültürüyle harmanlanan, etrafı tropikal meyve ağaçlarıyla çevrili evlerde turizm mevsiminde gelen turistlere otantik kültürel değerler yaşatılmaktadır. Kuzey Kıbrıs'ta genellikle yöreye özgü yiyeceklerle yaygın üzüm bağlarının bulunduğu alanlarda turizm faaliyetleri kırsal turizm bağlamında gerçekleştirilmektedir. Yöre halkının gelenek ve göreneklerinin yaşatıldığı ve safari turlarının düzenlendiği turistik geziler de kırsal turizm uygulamalarındandır (Gürbüz vd. 2002:424). Macaristan'da ülke ekonomisi içinde kırsal turizm kayda değer bir öneme sahiptir. Macaristan'da kırsal turizm faaliyetlerinin tanınır hale gelmesi oldukça yeni bir gelişim iken kırsal turizmin gelişimi 19. yüzyıla dayanmaktadır. II. Dünya Savaşı öncesi kırsal alanlarda geçirilen tatiller toplam rekreasyon faaliyetlerinin neredeyse yarısına yakındır. 1960'lı yıllardan itibaren ülkede turizm gelişmesi bölgesel kalkınma planlarında yer almaya başlamıştır (Esengül, 2005:168).

Farklı bir örnek olarak Macaristan'daki Balaton Gölü civarında organize edilen kırsal turizm aktiviteleri çoğunlukla atlı gösteri ile folklor programlarıdır. Ayrıca Macar halkının konukseverliği, küçük köylerdeki ilgi çekici kültürel yapı, kaplıcalar, içmeler, sıcak sular, ırmaklar ve göller etrafında yapılan turizm faaliyetleri, kırsal turizme yönelik faaliyetlerdir (Ratz ve Pucko, 1998:1).

Japonya'da 19. yüzyılın sonlarından itibaren kırsal yaşama olan ilginin artmaya başlaması neticesinde kamusal olarak tarım, ormancılık ve balıkçılığı kapsayan kırsal, çiftlik ve yeşil turizm teşvik edilmiştir (Akça, 2004:65).

Kırsal alanlar Finlandiya'da politik amaçlar bakımından üç kategoride değerlendirilmektedir (Roberts ve Hall, 2001:70). Bunlar; takımadalar bölgesi de dahil olmak üzere yöre halkının yaşam alanı olan kırsal alanlar, en önemli kırsal alanlar ve kasabaların yakınındaki kırsal alanlardır. Bu sayede Finlandiya pazarı bölümlendirerek pazarı daha rahat yönetme olanağına sahip olmuşlardır.

İrlanda'da kırsal turizm; yerleşim yeri sağlama ve çiftlikte yapılan aktiviteler çerçevesinde gerçekleşmektedir. TEAGASC adında ülkenin 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 bölgeye 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 anlamda ciddi oranda desteklemektedir (Şerefoğlu, 2006:1).

Danimarka'da kırsal turizm; Egeskov kalesi bölgeye olan ilgiyi artırmaktadır. Kırsal turizm bölgede kendini; yerleşim yerleri, kamp alanları, oteller ve tatil kulüpleriyle göstermektedir (Hall vd., 2005:54).

2.3. Türkiye'de Kırsal Turizm Uygulamaları

Kırsal turizmin yaygınlaştırılması, makro fayda sağlayabilmesi, iyileştirme adına bugüne kadar yapılmış olan kırsal turizm çalışmalarından bazılarını incelemek gerekmektedir. Bu sayede başarıya götüren niteliklerin belirlenmesi, halihazırdaki uygulamalarda iyileştirilmeler yapılması ve yeni uygulamalara yol göstermesi sağlanabilecektir.

Türkiye'de kırsal turizm kavramı dünyadaki uygulamalardan farklı olarak genellikle doğa yürüyüşü ve doğa sporlarını da içeren açık hava ve rekreasyon faaliyetleri, yöresel veya kültürel alışveriş ve yeme içmeyi kapsayan gününbirlik kırsal alan ya da köy ziyaretleri anlaşılmaktadır (Akça, 2004:65).

Türkiye'de kırsal turizm kapsamında yapılan çalışmalar 1923, 1924, 1963, 1967, 1971 (DPT, 2006:6), 1980 (Ahipaşaoğlu vd., 2006) yıllarda gerçekleştirilen, aşar vergisinin kaldırılıp tarımda makineleşmeye gidilmesiyle başlamıştır. 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 artırılması sağlanmıştır. Ardından Kalkınmada Öncelikli Yörelere belirlenmesi sağlanarak iç göçlerin önüne geçilmesi ile süregelmiştir.

Türkiye’de kırsal turizmi geliştirme politikalarını 4 ana maddede sıralamak mümkündür. Bunlar; ilk olarak yerel halk ile ülkeye gelen turistlerin buluşturulması, ikincisi pazarlama dinamik aktörlerinin yakınlaştırılması- ki bunlar organizasyon veya federasyon üyeleri ile pazarlama aktörleri olarak sıralanabilir-, üçüncüsü yapılan ya da yapılacak olan girişimlerin etkinliğinin sağlanması ve son olarak sorumluların harekete geçirilmesi (Soykan, 2006:84) şeklinde sıralanmaktadır. Bu bahsi geçen faaliyetler *Kırsal Kalkınma Tüzüğü* ile de desteklenmiştir.

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., 2010:382). 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., 2007:44). Bu fon ile 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 iyileştirilmesine 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 arttırmak ve 2020’lerde ise dünya genelinde daha etkili bir dünya devleti olmak, temel amaçları arasındadır (DPT, 2006:16).

Kırsal turizm faaliyetleri detaylandırılırsa; aşağıda Türkiye’de kırsal turizm uygulamalarından bazıları detaylı şekilde incelenmiştir. Bu sayede dünyadaki uygulamalar ile karşılaştırma imkanı bulunacaktır.

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 alacakları; tahmin edilmektedir. 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.

Kastamonu Azdavay’da eko turizmin geliştirilmesi projesi ve Yanık Ali Konağı restorasyon projesi ile öncelikli olarak bölgenin sürdürülebilir turizm ile gelir kaynağı elde etmesini sağlamak ve kırsal turizm altyapısının oluşturulması amaçlanmıştır. Böylece bölgenin sürdürülebilir kalkınması sağlanmıştır. Bu bağlamda yapılan çalışmalar arasında; bir eko turizm merkezinin kurulması, geliştirilmesi ve idaresi öncelikli uygulama olmuştur. Merkezin uydu çekim alanlarının geliştirilmesi, sayesinde ulusal ve uluslararası eko turizm ağına bütünleştirilmesi ve tanıtımı ile ilgili faaliyetler gerçekleştirilmiştir (Şerefoğlu, 2009).

Küre Dağları ve Zümrüt Köyü kırsal turizm projesinde halkın Milli Park ile ilişkisinin geliştirilmesi ve bölge halkına fayda sağlaması beklenmiştir. Bahsi geçen bölgede yer alan Zümrüt Köyü’nde köydeki at yetiştiriciliği ve gezi parkurlarının oluşturulması, bölge halkının kırsal turizm konusunda bilinçlenmesi ve deneme faaliyetlerinin yapılması sonrasında ziyarete açılması planlanmıştır (Şerefoğlu, 2009:60).

Ekolojik tarım yapılabilen yerlerden olan Gökçeada Tarım Bakanlığı tarafından birinci derece kalkınmaya öncelikli yöre kapsamında yer almaktadır. Bölgede organik; zeytinyağı, bal, sofralık ve şaraplık üzüm üretilmektedir. Belediyesinin yaptığı bir anlaşma ile Organik Yaşamı Ada’da Öğrenmek adlı Projesi organik üretim esaslı kırsal turizm alanında yurt dışı örneklerinden faydalanılarak geliştirilmesi beklenmektedir (Özdemir, 2012:19).

Doğu Anadolu’da BMKP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) - Atatürk Üniversitesi işbirliği ile gerçekleştirilen kalkınma programı aracılığıyla kırsal kalkınma, turizm- girişimcilik- rafting eğitimleri düzenlenmektedir. Ayrıca proje kapsamında yürüyüş yollarının geliştirilmesi, seminerler (turizm ve doğal-kültürel değerlerin korunması vb.) bölgesel marka yaratmak adına çalışmalar sürdürülmektedir (Şerefoğlu, 2009:61).

Şirince köyü, İzmir il sınırları içinde coğrafi konum avantajlarını sonuna kadar kullanan Rum evlerinin çoğunlukla pansiyon olarak hizmet verdiği kırsal turizm alanlarındandır. Bölgede şarap imalatı ve pazarlaması yapılmaktadır (Şerefoğlu, 2009:61). Ayrıca bölgede üretilen şaraplar birçok uluslararası yarışmalarda derece almaktadır.

Ankara'ya yakın olan Beypazarı ilçesindeki tarihi evlerin restorasyonu doğal yapılarının bozulmamasına dikkat edilerek yapılmıştır. Bölgede yerel yönetimlerin desteği ile yerel halkın el sanatlarını ve yerel ürünlerini bölgeye gelen turistlere sergileme fırsatı buldukları festivaller gerçekleştirilmektedir. Bunun yanında ilçede her gün bir Pazar kurulmakta, ilçeye özgü ürünler sergilenmektedir (Şerefoğlu, 2009:62).

Bodrumun köylerinden biri olan Mumcular, kırsal turizmin yapıldığı eko turizm alanlarından biridir. Kırsal turizm kapsamında zeytin festivalleri, halı ve el sanatlarının sergilendiği festivaller, doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, çiftçilerin yöreye özgü ürünlerini sergilemesi, hobi bahçeleri, deve güreşleri ve kampçılık faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (Tarlak, 2007).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada ve AB ülkelerinde kırsal turizm uygulamaları ile ülkemizdeki uygulamalar karşılaştırıldığında; rekabet edebilmek için yukarıda detaylarıyla bahsedilen uygulamaların Türkiye'de de geliştirilmesi gerekmektedir. Ülkemizde henüz beklenen önemi ve değeri göremeyen kırsal turizm sektörü, dünyadaki örneklerinden de anlaşılacağı üzere turizm konusunda rekabet üstünlüğü yaratmasının yanı sıra ülkelerin ekonomilerine de büyük katkılar yapmaktadır. Örnek uygulamalardan da anlaşılacağı gibi gerçekleştirecek faaliyetler kırsal turizmi canlandıracak, dünya kırsal turizmi ile rekabet edebilme yeteneğimizi arttıracak düşünülmemektedir.

Yapılan faaliyetler arasında sıralanan dağ turizminin teşvik edilmesi, bu sayede tarım dışı gelirlerin arttırılması ve yöre halkının refah seviyesinin yükseltilmesi amaçlanmaktadır. Burada değinilmesi gereken en önemli nokta, kırsal turizm yapılacak olan destinasyonların demiryolu, denizyolu, karayolu ve hava yolu ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi yönünde olacaktır. Dünyadaki örneklerden de anlaşılacağı üzere kırsal turizm destinasyonlarının varlığının yanında destinasyonlara ulaşım sorunlarının da giderilmesi, konuya rekabet stratejisi açısından ele almak doğru olacaktır.

Kırsal turizm faaliyetlerinin öneminin anlaşılabilmesi, mikro ve makro getirilerinin ne denli büyük olduğunun farkına varılması ve kırsal turizm faaliyetlerinin organize hareket yeteneğinin kazandırılması adına çevre ve turizm alanında dernek, vakıf, federasyonların kurulması sayesinde daha güçlü ve rekabet edebilir kırsal turizm destinasyonları oluşturulacak veya var olan kırsal turizm destinasyonları güçlendirilebilecektir.

Turizm konusunda gerçekleştirilen kongre, konferans ve seminerlerin kırsal turizm alanının da dâhil edilerek yapılması, ülke aydınları ve kamuoyunun konuyla ilgili önerilerinin alınması dolayısıyla ülkeye getirileri, konunun önemi ve faydalarının daha iyi anlaşılması sağlanmalıdır.

Kırsal turizm destinasyonlarının rekabet yeteneğinin güçlendirilmesi adına gerçekleştirilecek faaliyetlerden en önemlisi de devlet yardımlarının (devlet desteği, teşvikler) sağlanmasıdır. Bu konuda devletin desteğinin alınması, gerçekleştirilecek projelerin ulusal ve uluslararası fonlardan kaynak sağlanması mümkün olabilecektir. Böylece ülkenin turizmden elde edeceği gelirlerin arttığı görülecektir.

Kırsal alanda yaşayan ailelerin yerleşimlerinin konaklamaya açılması, yerli halkın sahip olduğu evlerin pansiyon olarak da kullanılabilmesi ve bu sırada güvenliğin ve denetimin sağlanması ile halkın bizzat turizm faaliyetlerine katılımının sağlanması gerekmektedir.

Uygun alanlarda kamp yapma, ata binme ve atlı gezi, doğa yürüyüşü, golf ve dağ bisikleti gibi sosyal olanaklar sunulması ile kırsal destinasyonların etkin kullanımının sağlanması ile bu alandaki uluslararası rekabet konusunda itici güç oluşturacaktır.

Çiftlik turizminin özendirilmesi ve yaygınlaştırılması, kamp alanları ve tatil kulübelerinin arttırılması ile bakır alanların çevreye duyarlı şekilde kullanımıyla kırsal turizm desteklenecektir.

Denize kıyısı olan destinasyonların konuyla ilgili yönetmeliğe sadık kalarak konaklama imkânlarının arttırılması sayesinde bu destinasyonların turizme kazandırılması sağlanacaktır.

Kırsal turizm destinasyon faaliyetlerinin en önemlileri ise yöreye özgü gelenekler, folklor, kıyafet ve yaşam tarzlarının her bir destinasyonda tanıtılmasıdır. Bu sayede hem kültür turizmi desteklenecek hem kırsal turizm güçlendirilecektir. Turizm acentelerinin konuyla ilgili yapacakları çalışmalar ve yukarıda da bahsi geçen devlet desteği sayesinde kırsal turizm destinasyonları en çok da bu konuda güçlenecek ve rekabet yeteneği arttırılacaktır.

Ayrıca kaplıcalar, sıcak sular, ırmak ve göllerde kırsal turizm faaliyetlerinin arttırılması, bu destinasyonlara geziler düzenlenmesi ve/ya bahsi geçen destinasyonlardaki tesislerin iyileştirilmesi sayesinde hem yerli turist hem de yabancı turistlerin ilgisini çekecek faaliyetlerle desteklendiğinde rekabet yeteneğini arttıracağı düşünülmektedir.

Konuya bir başka açıdan bakıldığında ise öncelikli bölgelerin saptanması ve tarım dışı gelirlerin arttırılması için girişimlerde bulunulması sayesinde organize hareket yeteneğinin geliştirilmesinin yanında kırsal turizm destinasyonlarının rekabet edebilme gücü arttırılacaktır.

Yurt dışı kırsal destinasyon faaliyetlerinden rafting, safari, kuş gözlemciliği ve mağaracılık faaliyetlerinin ülkemizdeki uygun olan destinasyonlarda gerçekleştirilmesi sayesinde hedef kitlenin genişletilmesi, yaş ortalaması daha düşük olan turistlere de hitap edebilme yeteneği katacaktır.

Gelecekte yapılması planlanan çalışmalara ışık tutması adına yukarıda belirtilen öneriler ışığında kırsal turizm destinasyonlarından biri pilot bölge olarak bilimsel yöntemler kullanılarak seçilecek ve kırsal turizm faaliyetlerinin arttırılması adına yapılacak olan faaliyetler ileriki çalışmalarda incelenecektir. Bu sayede bu çalışmada detaylarıyla bahsedilen kırsal turizm alanında yapılanbilimsel çalışmalara odaklanarak bu çalışmaların hayata geçirilmesi konusunda önemli adımlar atılacağıve örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- AHİPAŞAOĞLU, S. ve ÇELTEK, E. (2006), *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- AKÇA, H. (2004), *Dünya’da ve Türkiye’de Kırsal Turizm*, Standart Dergisi, Eylül, s.65-70.
- AKÇA, H.. (2004), “Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Turizm”, *Ekonomik ve Teknik Dergi Standard*, Yıl: 43, Sayı: 513, Ajans-Türk Matbaacılık, Ankara, s.64.
- BEERLI, A., ve J. D. MARTIN. (2004), “Tourists’ CharacteristicandthePerceived Image of TouristDestinations: A Quantitative Analysis—A Case Study of Lanzarote, Spain.” *Tourism Management*, 25 (5), s. 623-36
- CAI, L. (2002), “CooperativeBrandingforRuralTourismDestinations.” *Annals of TourismResearch*, 29 (3), s. 720-42.
- D.P.T. (2006), *1923-1980 Ulusal Kalkınma Stratejisi*, s.6
- D’HAUTESERRE, A. M. (2000), *Lessons in ManagedDestinationCompetitiveness: The Case of Foxwoods Casino Resort*, *Tourism Management*, 21 (1), s.23-32.
- ENRIGTH, M. J. ve NEWTON, J. (2004), *TourismDestinationCompetitiveness: A QuantitativeApproach*, *Tourism Management*, 25 (6), s. 777-788.
- 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), *TowardsQualityRuralTourism*, Enterprise Directorate General TourismUnit, Brussels, s.151.
- GARTNER, W. C. (2009), “DeconstructingBrandEquity.” In*TourismBranding: Communities in Action (BridgingTourismTheoryandPractice)*, Vol. 1, editedby L. A. Cai, W. C. Gartner, and A. Munar. Bingley, UK: Emerald, s. 51-63.
- GO, F. M. ve GOVERS, R. (2000), *IntegratedQuality Management ForTouristDestinations: a EuropeanPerspective on AchievingCompetitiveness*, *Tourism Management*, 21 (1), s. 79-88.
- GOODRICH, J. N. (1977), *Differences in PerceivedSimilarity of TourismRegions: a Spatial Analysis*, *Journal of Travel Research*, 16 (1), s. 10-13.
- GÜRBÜZ, İ. B.,EROL, A. O. ve YAVUZ, O. (2002), *Dünya’da ve Türkiye’de Kırsal Turizm*, Türkiye V. Tarım Ekonomisi Kongresi, 18-20 Eylül, İzmir: s.424.
- HAAHTI A. J. ve YAVAS, U. (1983), *Tourists’ Perceptions of FinlandandSelectedEuropeanCountries as Travel Destinations*, *EuropeanJournal of Marketing*, 17 (2), s. 34-42.
- HEATH, E. ve WALL G. (1992), *Marketing TourismDestinations: a Strategic Planning Approach*. Canada: J. Wiley.,
- HALL, D. ROBERTS, L. ve MITCHELL, M. (2005), *New Directions in RuralTourism*. UK. s.54-67
- HOLBROOK, M. B. (1978), “Beyond AttitudeStructure: TowardtheInformationalDeterminants of Attitude.” *Journal of Marketing Research*, 15 (4), s. 545-56
- J. BRIEDENHANN, ve E. WICKENS.(2004), “TourismRoutes As a ToolForTheEconomic Development Of RuralAreas-VibrantHopeor Impossible Dream?”, *Tourism Management*,25, s.71
- KOZAK, M. ve RIMMINGTON, M. (1999), *MeasuringTouristDestinationCompetitiveness: ConceptualConsiderationsandEmpiricalFindings*, *Hospitality Management*, 18 (3), s.273-28

LIN, C. H., D. B. MORAIS, D. L. KERSTETTER, ve 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.

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

OSKAM, A., MEESTER, G. ve SILVIS, H. (2010), *EU Policy for Agriculture, Food and Rural Areas*, Netherlands s. 382-386.

ÖZDEMİR, S. (2012), "Kırsal Kalkınmada Kırsal Turizmde Yararlanma Olanakları: Gökçeada Örneği", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14, s. 19-21.

PEARCE, D.G. (1997), Competitive Destination Analysis in Southeast Asia, *Journal of Travel Research*, 35(4), s. 16-24.

PEATTIE, K. ve PEATTIE S. (1996), Promotional Competitions: a Winning Tool for Tourism Marketing, *Tourism Management*, 17 (6), s. 433-442.

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 ve 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. ve CROUCH G. I. (2003), *The Competitive Destination*. England: CABI Publishing

ROBERTS, L. ve HALL, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*, CABI Publishing, UK., s. 70-92

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.(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 Köy İşleri Bakanlığı, s. 1-3.

ŞEREFOĞLU, C. (2009), "Kırsal Alanda Kadının İstihdamı", *Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dergisi*, Sayı:189 Ankara, s. 24-31.

ŞEREFOĞLU, C. (2009), Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü- 2007- 2013 Yılları Arasında Ülkemizde Uygulanacak Olan İpard Kırsal Kalkınma Programındaki Yeri, Önemi Ve Beklenen Gelişmeler, Uzmanlık Tezi, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Ankara

TARLAK, Ş. (2007), Mumcularda Kırsal Turizm Modeli, Şehir Planlama Projesi IV, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

TSAROUHAS, D., ERTUGAL, E. ve AYBARS, A.İ. (2007), *Bringing The Real Divide Social and Regional Policy in Turkey's Accession Process*. Ankara, s.44-72.

URBAN, S. ve 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., ve TUUNTER, E. (2005), *Rural Tourism in Europe.*, Hague. s. 14-15

WORLD TOURISM ORGANIZATION (WTO). (2004), *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*, s.13