

KIRSAL KALKINMADA TURİZMİN ÖNEMİ: NUSRATLI KÖYÜ ÖRNEĞİ



Mustafa BOZ

Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Turizm Fakültesi
m.b.istanbul@gmail.com

Mustafa Yunus ERYAMAN

Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Eğitim Fakültesi
yunuseryaman@gmail.com

Çiğdem ÖZKAN

Öğr. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Ayvacık Meslek Yüksekokulu
ozkan-cigdem@windowslive.com

Geliş Tarihi: 25.07.2014

Kabul Tarihi: 25.08.2014

ÖZ

Kırsal bölgelerin gelişiminde devlet kurumlarının desteği kalkınmanın sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Günümüzde, Türkiye’de bölgesel gelişimi hızlandırmak, bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarını dengelemek ve sürdürülebilir kılmak amacıyla bölgesel kalkınma ajansları kurulmuştur. Türkiye’deki mevcut durumdan hareketle Güney Marmara Kalkınma Ajansının kırsal kalkınma projelerine destek veren bir kurum olduğu görülmektedir. Bu çalışmada amaç 2011 yılında Güney Marmara Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen Nusratlı Köyü Turizm Kalkınma Projesinin etkilerinin ortaya çıkarılması ve bulgular neticesinde ortaya çıkan sorunlara çözüm oluşturmaktır. Bu amaçla Nusratlı köyünde yaşayan yerel halkla görüşme yapılmıştır. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden örnek olay deseni kullanılmış veriler görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, projenin hayata geçmesinden sonra yerel halkın gelir elde ettiği, sosyalleştiği, köy’de dayanışmanın arttığı ve doğal çevre ile ilgili sorunlara karşı farkındalık oluştuğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler:Kırsal Turizm, Kırsal Kalkınma, Örnek Olay, Nitel Araştırma.

THE IMPORTANCE OF TOURISM IN RURAL DEVELOPMENT: NUSRATLI VILLAGE CASE STUDY

ABSTRACT

The support of government agencies in the development of rural areas in terms of the sustainability of development is important. Today, Turkey to accelerate regional development, to compensate for disparities between regions and sustainable regional development agencies were set up in order to make. In Turkey's South Marmara Development Agency is an organization providing support to rural development project. The aim of this study in 2011 in South Marmara Development Agency, supported by thick Nusratlı Village Tourism Development Project and the findings of the effects of uncovering is to create solutions to problems that arise as a result. For this purpose Nusratlı local people living in the village were interviewed. The study used a qualitative research design pattern of the case data were collected through interviews. The obtained data were analyzed by descriptive analysis technique. According to the results, after the realization of the project's revenue with the local people, socialize, villages and natural environment of increased solidarity against problems that occur awareness has emerged.

Keywords: Rural Development, Rural Tourism, Case Study, Qualitative Research.

GİRİŞ

Kırsal turizm, genellikle kırsal bölge statüsüne giren bölgede yapılan bir turizm çeşididir. Kırsal turizmde asıl amaç, kırsal bölgedeki yerel halkın, turizm faaliyetlerinden gelir elde etmesi, yerel halkın sosyo-kültürel gelişimini desteklemesi ve turizm faaliyetleri dolayısıyla doğal çevrenin, kültürel, turistik değerlerin korunmasını sağlamaktır. Kırsal turizm denilince akla ilk olarak turizm faaliyetleri gelirirken bunun yanında kırsal turizmin bölgedeki tarım, hayvancılık ve yöresel değerleri de içine alan faaliyetler bütünü olduğu unutulmamalıdır. Kırsal turizm, kırsal bölgenin ekonomik gelişimine ve ilişkide olduğu diğer sektörlerle önemli katkı sağlar (Haven-Tang ve Jones, 2012:28).

Kırsal turizmin bir bölgede gelişebilmesi öncelikle bölge halkının, yöresel turistik değerlerin farkında olmasına ve bu değerleri ortaya çıkaracak finansal güce ve bilgiye sahip olmasına bağlıdır. Kırsal turizm, kırsal bölge ile kentsel bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının azalmasına katkı sağlayan bir turizm türüdür. Bölgesel kalkınma ajanslarının tarihi gelişimi göstermektedir ki, bölgesel kalkınma ajanslarının ortaya çıkış nedeni bölgesel dengesizliklerin giderilmesidir (Günaydın, 2013:73). 5449 sayılı Kanunun birinci maddesinde ifade edildiği üzere; Kalkınma Ajansları, kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerin-

de ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plâni ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla kurulmaktadır (fka.org.tr, 2013).

Kalkınma ajansları, turistik çekicilikler bakımından zengin olan bir bölgede, turizm faaliyetlerine destek vererek bölgesel gelişim farklılıklarını azaltma açısından önemli katkılar sağlar. Kırsal bir bölgede turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi için illaki kalkınma ajanları desteği mi gerekir? gibi bir soru akla gelebilir. Gelir, eğitim ve bilgi seviyesi bakımından yeterli düzeyde olmayan kırsal bölge halkının, gerek girişimcilik yönünün desteklenmesi, gerek de ekonomik açıdan kaynak yaratılması açısından kalkınma ajanslarına önemli görevler düşmektedir. Zira şu bir gerçektir ki kırsal turizmde, yerel ürünlerin satışının yapılabilmesi için, yerel işletmelerin varlığı gereklidir (Haven-Tang ve Jones, 2012:28).

Turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri bulunmaktadır. Yerel halkın turizmden etkilenmesi de buna paralel olarak bu üç grupta ele alınabilir. Yerel halkın turizmden etkilenmesi konusunda “algı” faktörü temel değişken olarak kabul edilmekte ve turizmin yerel halk üzerindeki etkisi bu üç faktör hakkındaki “algıları” tarafından belirlenmektedir (Gürsoy, Jurowski ve Uysal, 2002: 80).

Bu çalışmada amaç 2011 yılında Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA) tarafından desteklenen Nusratlı Köyü Turizm Kalkınma Projesinin etkilerinin ortaya çıkarılması ve bulgular neticesinde ortaya çıkan sorunlara çözüm oluşturmaktır. Bu bağlamda ilk olarak, kırsal alan, kalkınma, kırsal turizm, kırsal kalkınma kavramları üzerine literatür taraması yapılacak, daha sonra bölgesel kalkınma ajansları, Nusratlı köyü turizm kalkınma projesi ve GMKA hakkında bilgi verilecek, son olarak turizmin etkilerini değerlendirmek amacıyla yerel halkla yapılan görüşme kayıtlarına yer verilecektir.

1.KIRSAL ALAN, KALKINMA, KIRSAL KALKINMA VE KIRSAL TURİZM

Kırsal kalkınma ve kırsal kalkınmada turizm sektörünün önemi son zamanlarda sıkça gündeme gelmekte ve birçok açıdan tartışılmaktadır. Kırsal kalkınma ve kırsal turizm kavramlarını tanımlamadan önce kırsal alan kavramını açıklamak yerinde olacaktır.

Türkiye’de kırsal alan ile ilgili çeşitli fiziksel ve sosyolojik tanımlamalar yapılmaktadır. Örneğin, “kentsel alanların dışında kendine öz-

gü doğal coğrafi özelliklere sahip, sayıca fazla, küçük ve dağınık yerleşimlerin yaygın, nüfus yoğunluğunun düşük olduğu alanlar” (DPT, 2006:10) kırsal alan olarak tanımlanmaktadır. Başka bir tanıma göre kırsal alan; “belediye mücavir alan sınırları dışındaki mekanlar” ya da “doğal coğrafi çevre” olarak kabul edilmektedir (DPT, 2006:10-11). Avrupa birliği metinlerinde kullanılan OECD tanımlarına göre kırsal alanlar; nüfus yoğunluğu km² başına 150 kişinin altında olan yerlerdir (ec.europe.eu, 2009:2). Türkiye’de kırsal nüfus yoğunlukla “köy nüfusu” olarak da değerlendirilmektedir. Buna göre il ve ilçe merkezleri haricindeki tüm yerleşimlerde yaşayanlar köy (kırsal) nüfusunu oluşturmaktadır (DPT, 2006:10-11). 2012 yılı itibariyle Türkiye nüfusu 75.627.384 bunun yüzde 22,72’si (17.178.953) kırsal alanda (belde ve köyler) yaşarken, yüzde 77,29’u (58.448.431) kentsel (il ve ilçe merkezleri) alanlarda yaşamaktadır (TÜİK, 2012).

Yazın incelendiğinde kalkınma ile ilgili birçok tanım yapıldığı görülmektedir. Kalkınma, Escobar (1991) tarafından 2. Dünya Savaşı sonrası küresel egemenliği güçlendirmek için ortaya atılan politik ve ekonomik bir kontrol aracı olarak tanımlanmıştır. Diğer bir tanıma göre ise kalkınma, özgürlüğün yaygınlaştırıldığı, insanların yaşamsal amaçları ve tercihlerinin peşinden gidebilecekleri, sosyal anlamda modernleştikleri, endüstrileşmeyle beraber gelirlerinin arttığı, teknolojik olanaklardan yararlanma imkanlarının artması için gerekli olan tüm tedbirlerdir (Sen, 1999:3). Bir ülkede üretimin ve kişi başına düşen gelirin artmasının yanı sıra ekonomik, sosyal, kültürel ve diğer yapıların da değişmesi ve yenileşmesi sürecidir (Berber ve Bocutoğlu, 2013, s. 262). Tüm bu tanımların ışığında kırsal kalkınma ise, kırsal bölgede üretimin ve kişi başı gelirin artması, ekonomik, sosyal, kültürel yapıların değişmesi ve gelişmesidir.

Kırsal alanlardan kente göçün engellenmesi amacıyla kırsal bölgelerin, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda kalkınmasını sağlamak gerekmektedir. Neden kırsal alanlardan kente göçü engellemeye çalışıyoruz?, bu sürdürülebilir kalkınma için gerekli mi? gibi sorular gündeme gelebilir. Kırsal alanlardan kente göçün, bugün tüm dünyada kalkınmakta olan ülkeler için büyük tehdit oluşturduğu konusunda görüş birliği vardır. Özellikle kamu hizmetlerinin (alt ve üst yapı yatırımları), sosyal hizmetlerin (eğitim, sağlık gibi) ulaştırılmadığı yada yetersiz kaldığı kırsal alanlarda kentlere doğru yoğun göç yaşanmaktadır (DPT, 2006:8). Kırsal alandan kente göçün neden olacağı önemli sorunlar; kırsal alanda yeterli nitelikli işgücünün olmaması, kamu hizmetleri sunumunda azalma, sermaye kaybı, kırsal nüfusun yaşlanması (DPT, 2006, s.8), kültürel değerleri aktaracak genç nüfusun olmaması nedeniyle kültürel değerlerin yok olma tehlikesiyle karşı

karşıya kalması, kırsal alanların verimsizleşmesi, var olan turistik değerlerden yeterli düzeyde faydalanamama olarak sıralanabilir. Tüm bu sorunların çözümünde kırsal kalkınma kilit rol oynamaktadır. Kırsal kalkınmanın içeriğinde kırsal alanlardaki kalkınmadan söz edilmektedir. Kırsal kalkınma, “kırsal yerleşimlerde yaşayanların, insanca yaşam koşullarına erişim olanaklarının artması, kalkınma temelinde değişim taleplerinin desteklenmesi, bireylerin kendi öz güçlerini keşfetmesi ve ona dayanması, gelir dağılımında adaletin sağlanması, gelirlerinin artması, eğitim ve sağlık hizmetlerine ulaşım oranının yükselmesi, doğal kaynakların korunarak kullanılması ve zenginliklerin kırsaldaki bireyin hayatına yansması süreci” olarak tanımlanmıştır (DPT, 2006:12). Kırsal kalkınmayı sağlamanın yollarında biri de kırsal bölgedeki turizm kaynaklarını geliştirmek olabilir.

Turizm sektörü dünyada ve Türkiye’de, önemli bir sektör olma-ya devam etmektedir. Türkiye’yi 2012 yılında 36 milyon kişi civarında ziyaret etmiş ve bu ziyaretlerden ülkemiz 23 bin dolar civarında gelir elde etmiştir (TUİK, 2013). Ülkemizin turizm gelirleri ve turist varışlarına bakıldığında turizmin gelecek dönemlerde de önemli bir sektör olacağı aşikardır. Bu nedenle turizm kaynaklarının korunması, gelecek kuşaklara aktarılması, doğal, tarihi ve turistik çekiciliklerin korunması, kitle turizmine alternatif turizm çeşitlerine önem vermeyi gerektirir. Kitle turizmine alternatif turizm çeşitlerinden biri olan kırsal turizm, kırsal bir bölgenin turistik değerlerinin farkına varılması, geliştirilmesi, yerel halkın sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlaması açısından önemli bir turizm çeşididir.

Soykan’a (1999:68) göre ise kırsal turizm, kırsal alanlarda dinlenmek, yöreye özgü etkinlikleri izlemek ya da katılmak amacıyla yapılan bir turizm türüdür. Lane (1994) ve Haven-Tang ve Jones de (2012:28) yaptıkları çalışmalarda, kırsal turizm yapılan yerlerde, yerel halk tarafından işletilen küçük işletmelerin ve bu işletmelerde yerel tarımsal ürünlerin satışının yapılması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Aynı zamanda Dimitrovski (2012:289) kırsal alanda konaklama yapmak isteyenlerin tarım alanlarında var olan kırsal evlerden yararlandıklarını ve bu sayede kırsal alanda tarım sektöründe çalışanların işlerini bırakmadıklarını ifade etmiştir. Kırsal turizm tanımlarına bakıldığında; bazıları kırsal turizm faaliyetlerine ilişkin iken, bazıları kırsal turizmin olduğu yerlerdeki yerel eylem ve aktörlerle ilişkilidir. Kırsal turizmin içeriğinin doğru algılanması gerek yerel halk, gerekse de turist için önemlidir.

Yapılan tanımlamalar ışığında kırsal turizm; kırsal bölgede var olan yöresel değerlerin(el sanatları, folklorik değerler), tarım ve hay-

vancılık ile ilgili ekonomik çıktılarının yerel halk tarafından işletilen işletmelerde turistik değer olarak satışının yapıldığı, kadın emeği ve istihdamına olanak sağlayan, bu sayede kırdan kente göçü engelleyerek, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel gelişimi hızlandıran, katılımcıların yerel ürünlerden faydalanma imkanı bulduğu doğal ortamda yapılan bir turizm türüdür.

2.BÖLGESEL KALKINMA AJANSLARININ KURULUŞ NEDENLERİ VE GMKA

Bölgesel gelişimi hızlandırmak, bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarını azaltmak ve sürdürülebilir kılmak amacıyla kurulmuş olan bölgesel kalkınma ajanslarının kırsal turizm potansiyelini harekete geçirmek için önemli bir kuruluş olduğu söylenebilir. Bölgesel kalkınma ajanslarının kurulmasında en önemli etken Avrupa Birliğine üyelik sürecidir. Avrupa Birliği bölgesel planlamayı yeni bir anlayışla ele almak amacıyla bölgesel kalkınma ajanslarının kurulmasını istemiştir (Maç, 2006:3). Bu çerçevede 22 Eylül 2002 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı'nda bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması, bölgesel politikaların belirlenmesi ve AB Bölgesel İstatistik Sistemi ile karşılaştırılabilir veri tabanı oluşturulması amacıyla Türkiye genelinde üç düzeyde İstatistik Bölge Birimleri (İBB-NUTS) sınıflandırması istenmiştir (Akiş, 2011:249). Türkiye'nin kırsal kalmış bölgelerinin gelişimi için birçok ajans kalkınma projelerini desteklemektedir. Ülkemizde toplam yirmi altı adet bölgesel kalkınma ajansı kurulmuştur. Bu kapsamda Çanakkale Balıkesir illerini kapsayan bölge TR22 bölgesi olarak kodlanmış ve bölgesel gelişim için hazırlanan projeler Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA) tarafından desteklenmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2006).

3.NUSRATLI KÖYÜ VE TURİZM KALKINMA PROJESİ

Nusratlı Köyü, Edremit Körfezinde yer alan, Assos, Altınoluk gibi turistik alanlara oldukça yakın, doğal ve tarihi güzelliklere sahip küçük bir köydür. Gargaros Antik kenti Köyün yakınlarındadır. Bir dönem Rumların ve Türklerin bir arada yaşadığı köyde mübadele sonrası yerleşen Midilli'li göçmenlerle yerli Yörükler, büyük şehirlerden taşınan emekliler ve Hasanobası mahallesinde de Türkmenler yaşamaktadır. Köy, Çanakkale'ye 90 km., Ayvacık'a 16 km., Küçükquyu'ya 7 km. mesafede, Çanakkale-İzmir karayolu üzerinde, Körfez Havaalanı'na 50 km, Çanakkale Havaalanına ise 90 km. uzaklıktadır. 2012 nüfus verilerine göre köyde 182 kişi kayıtlı bulunmaktadır (yerel.net.org, 2013).

Köyün en temel geçim kaynağı zeytin ve zeytinyağıdır. Bunun yanında bir miktar fıstık ve tıbbi ve aromatik bitki de vardır. Gelir amaçlı hayvancılıkla, çiğ süt üretimi ile uğraşan aile sayısı ikidir ancak kendi tüketimleri için keçi besleyen aileler de vardır. Üreticiler ürünlerini kendi olanakları ile geleneksel usullerle pazarlamaktadır. Üreticilerin büyük bir bölümü götürü-basit usulde ticaret yapan seyyar manav statüsünde küçük şahıs işletmeleridir. Bir bölümünün de hiçbir kaydı yoktur. Büyük bir bölümünün markası ve üretim izni yoktur. Ürünlerini yol kenarında açtıkları tezgahlarda ve ayrıca bazı büyük şehirlerde dolaşarak, satmaktadırlar. Nusratlı Köyü'nden olup da markası olan ve gerçek usulde ticaret yapan işletme sayısı 4-5 adettir. Bu işletmelerin iş yerleri Küçükkuşu'dadır.

Köyde evlerin çoğu Nusratlı taşından yapılmış durumdadır. Köyden kente göç nedeniyle boşalmış ve yıkılmış evler de vardır. Köyün restorasyon gerektiren eski bir camisi, bir çamaşırhanesi, bir misafir ahır ve eski çeşmeleri vardır. Köye 5-6 km. mesafede de bir kaplıca bulunmaktadır. İklimi ve havadaki oksijen miktarı açısından Dünya literatürüne geçmiş olan bölge, sağlık açısından da önemlidir. Köy tüm özellikleri ile eko-agro-sağlık turizmi için çok elverişli konumdadır. Doğa yürüyüşleri için çok elverişli rotalar bulunmaktadır. Köyün ulaşımı kolaydır. Köydeki boş evlerin ticari amaçla kullanıma açılması durumunda köye dönüş teşvik edilmiş olacaktır.

Nusratlı köyü turizm kalkınma projesi bölgedeki alternatif turizm kaynaklarının geliştirilerek değerlendirilmesi ve bu sayede bölgenin turist sayısı ve turizm gelirlerinin artırılması amacıyla hazırlanmış ve 88.649 TL tutarında mali destek almıştır.

Nusratlı köyü turizm kalkınma projesi sayesinde köyde 1 adet yerel ürünler satış merkezi açılmış, köyde bulunan 4 ev pansiyon olarak dönem dönem kullanılmıştır.

4. ARAŞTIRMA ÇERÇEVESİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın ana amacı Nusratlı Köyü Turizm Kalkınma Projesinin yerel halkın sosyo-kültürel, ekonomik ve çevreye olan etki algılarının ortaya çıkarılmasıdır. Çalışmanın genel amacına dönük olarak hazırlanan görüşme soruları aşağıdaki 3 temel temaya cevap bulmaya yönelik olarak hazırlanmıştır:

Tema 1: Projenin Nusratlı Köyünde yaşayan insanların ekonomik hayatına etkisi

Tema 2: Projenin Nusratlı Köyü doğal çevresi üzerine etkisi

Tema 3: Projenin Nusratlı Köyünde yaşayan insanların sosyo-kültürel hayatına etkisi

4.2.Araştırmanın Deseni ve Soru Formunun Oluşturulması

Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden olan “Durum Çalışması Deseni” kullanılmıştır. Nitel durum çalışması, bir duruma ilişkin etkenlerin (ortam, bireyler, olaylar, süreçler vb.) bütüncül bir yaklaşımla araştırılması ve ilgili durumdan nasıl etkilendikleri ve ilgili durumu nasıl etkilediklerinin araştırılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011:77). Araştırmada turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri ile ilgili yazın taranarak açık uçlu sorular oluşturulmuştur. Oluşturulan bu sorular nitel araştırmalar alanında uzman olan bir öğretim üyesine, bunun yanı sıra turizm araştırmaları konusunda uzman olan başka bir öğretim üyesine gösterilmiş ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. “Odak Grup Görüşmesi”, Kruger ve Casey’e göre yöntemi açık uçlu sorulara dayanan bireysel görüşme yönteminin üzerine bina edilmiş görüşme yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011:153).

4.3.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Nusratlı Köy’ünde yaşayan 182 kişiden oluşmaktadır. Araştırmada örneklem grubu seçimi gönüllülük esasına göre yapılmıştır. Köy’de araştırma yapılacağı önceden köy halkına haber verilmiştir. Araştırmada örneklem grubunu yerel ürünler satış merkezine ürün veren 9, ürün vermeyen 2 kadın ve ürün veren 2 erkek oluşturmaktadır. Yerel ürünler satış merkezine toplam 14 kişi ürün vermektedir. Bunların 11 kişisine ulaşılmıştır. Toplam 13 kişi ile 03.11.2013 tarihinde görüşme yapılarak veriler toplanmıştır. Toplanan veriler incelendiğinde Nusratlı Köyü Turizm Kalkınma Projesi uygulama sürecinde bir takım sorunlarla karşılaşıldığı ortaya çıkmıştır. Bunun üzerine 14.11.2013 tarihinde araştırmaya katılan 6 kişi ile yine gönüllülük esasına dayanarak odak grup görüşmesi yapılmıştır.

Tablo 1. Görüşmeye Katılan Katılımcıların Demografik Özellikleri

Görüş-meci	İsim	Yaş	Eğitim Durumu	Mesleği	Ürün Verip Vermemesi
1.	Murat Bey	57	İlkokul	Emekli memur	Ürün veriyor
2.	Dilara Hanım	56	Üniversite	Emekli memur	Ürün veriyor
3.	Ayşe Hanım	52	İlkokul	Çiftçi	Ürün veriyor
4.	Samiye Hanım	54	İlkokul	Çiftçi	Ürün veriyor
5.	Şenay Hanım	38	İlkokul	Çiftçi	Ürün veriyor
6.	Esra Hanım	26	Ortaokul	Ev hanımı	Ürün vermiyor
7.	Fatma Hanım	63	İlkokul	Emekli	Ürün vermiyor
8.	Muazzez Hanım	67	İlkokul	Çiftçi	Ürün veriyor
9.	Pakize Hanım	30	İlkokul	Çiftçi	Ürün veriyor
10.	Hatice Hanım	51	İlkokul	Çiftçi	Ürün veriyor
11.	Ayten Hanım	39	İlkokul	Çiftçi	Ürün veriyor
12.	Hasan Bey	45	Lise	Memur	Ürün veriyor
13.	Fisun Hanım	40	İlkokul	Ev hanımı	Ürün veriyor

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri ve yerel ürün satış merkezine ürün verip vermeme durumu Tablo 1.'de verilmiştir. Katılımcıların isimleri anonim isimlerden yararlanılarak gizlenmiştir.

Tablo 2. Odak Grup Görüşmesine Katılan Katılımcıların Demografik Özellikleri

Görüş-meci	İsim	Yaş	Eğitim Durumu	Mesleği	Ürün Verip Vermemesi
1.	Merve Hanım	34	İlkokul	Turizmci	Ürün veriyor
2.	Dilara Hanım	56	Üniversite	Emekli memur	Ürün veriyor
3.	Fisun Hanım	40	İlkokul	Ev hanımı	Ürün veriyor
4.	Esra Hanım	55	İlkokul	Ev hanımı	Ürün vermiyor
5.	Gurbet Hanım	32	Ortaokul	Ev işlerinde çalışıyor	Ürün veriyor
6.	Melahat Hanım	67	İlkokul	Çiftçi	Ürün veriyor

4.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada verilerin analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. “Betimsel Analiz”, elde edilen verilerin daha önceden belirlenen temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224). Bunun için yapılandırılmış görüşme sonuçları görüşme yapıldıktan sonra bilgisayar ortamına aktarılmış ve görüşme kayıtları oluşturulan temalara göre gruplandırılmıştır. Bunun yanı sıra her bir soruya verilen cevap kategorileri yazılarak “Görüşme Kodları Anahtarı” oluşturulmuştur. Bulguların yorumlanmasında verilen görüşme sorularına ilişkin verilen cevaplar doğrudan alıntılarla desteklenmiştir.

5.BULGULAR

5.1.Görüşme sonuçları

Tema 1: Projenin Nusratlı Köyünde Yaşayan İnsanların Ekonomik Hayatına Etkisi

Kırsal turizm kırsaldaki, yerel halka birçok ekonomik fırsatlar sağlamaktadır(Wilson vd., 2001:139; Haven-Tang ve Jones, 2012: 28). Kırsal turizm kırsal çevre üzerinde geniş bir role sahiptir, örneğin: iş yaratma, tarımda çeşitlilik, yerel yiyecek ve içecekleri geliştirme ve tanıtma, bölge kaynaklarının etkin kullanımı ve toplumsal bağlılık (Haven-Tang ve Jones, 2012: 28).

Kırsal turizm yoluyla, turizm sektörünün tamamlayıcıları (ulaşım ve gıda sektörü gibi) ve turizmin bağlantılı olduğu diğer sektörler olumlu anlamda etkilenir (The Scottish Parliament, 2002'den aktaran Haven-Tang ve Jones, 2012:28).

Araştırmaya katılan görüşmecilerden yerel ürünler satış merkezine ürün verenlerin tamamı projenin hayata geçmesinden sonra gelir elde ettiklerini ifade etmiştir. Satış merkezine ürün vermeyen Esra hanım ve Fatma hanım ise gelir elde etmediklerini ancak bölgede turizmin gelişmesi ile köydeki ekonomik hayatın olumlu anlamda geliştiğini ifade etmiştir. Williams ve Lawson (2001:271) yaptıkları çalışmada sıraladıkları faktörler açısından, turizmden bireysel gelir elde eden bireylerle gelir elde etmeyen bireylerin turizmin etkilerini algılamalarının farklılık gösterebildiği sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada gelir elde etmeyen bireylerin de turizmin ekonomik faydalarının olduğunu ifade ettiği görülmüştür. Barutçugil (1986:118) turizmin geliştiği bölgede, halkın gelir ve refah düzeyinin arttığını belirtmiştir.

Görüşmeci Hasan bey “satış merkezine ürün veren yengeler ev ekonomisine katkı sağlamaktadır” ifadesini kullanmıştır. Görüşmeci Pakize Hanım ise “daha önce hiçbir gelir kaynağım yoktu çocuklarımla ihtiyaçlarını karşılayamıyordum yerel ürünler satış merkezinde ürün sattığımdan beri hem çocuklarımla hem eşimin hem de anne babamın bir takım ihtiyaçlarını karşılayabiliyorum” demiştir. Görüşmeci Sevda Hanım turizm kalkınma projesi sayesinde köyün ekonomik değerinin arttığını, köyün tanıtımının olumlu anlamda yapıldığını belirtmiştir. Görüşmeci Ayşe Hanım yerel ürünler satış merkezinde bulunan kafeteryayı işlettiği için iş imkanı elde ettiğini belirtmiştir. Yerel ürünler satış merkezi dernek bünyesinde işletilen köye ait bir merkezdir. Bu anlamda yerel işletmelerin desteklenmesine de olumlu katkı sağladığı görülmektedir.

Odak grup görüşmesinde Merve Hanım, yerel ürünler satış merkezini ürün veren herkesin eşit gelir elde etmediğini bunun sonucunda ürün satış merkezine ürün verenler arasında anlaşmazlığın neden olduğunu ifade etmiştir. Fakat görüşmeler esnasında satış merkezine fazla sayı ve çeşitte ürün verenlerin daha çok kazandığı ortaya çıkmıştır. Bu durumda fazla gelir elde etmek isteyen kişilerin daha fazla ve çeşitlilikte üretim yapmaları önerilmiştir.

Benzer şekilde odak grup görüşmesinde, Melahat hanım, satış merkezinde nöbetçi olan kişinin nöbetçi olduğu gün genellikle kendi ürününü sattığını ve bu durumun kişiler arasında güvensizliğe neden olduğunu ifade etmiştir. Görüşme sonucunda bu konu ile geliştirilen önerilerin çoğunda birtakım aksaklıklar olduğu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle mevcut uygulama olan “nöbet sistemine” devam edilmesini ve kişiler arasında güven ilişkisinin sağlanması için kaynaşma günleri yapılmasına karar verilmiştir.

Tema 2: Projenin Nusratlı Köyü Doğal Çevresi Üzerine Etkisi

Turizmin gelişmesinin çevre üzerindeki olumlu etkileri arasında; doğal alanların korunması, arkeolojik, tarihi mekanların ve mimari tarzının korunması, yaban hayatının korunması, yerel halkın çevre bilincinin artması, altyapı imkanlarının iyileştirilmesidir (Barutçugil, 1986:30).

Görüşmeye katılanlardan; 3 kişi çevrenin güzelleştiğini, 6 kişi çevrenin temizlenmesi gerektiğini ve temizliğe gerekli önemin verilmeyeceğini, 1 kişi yürüyüş rotasının belli olduğunu 5 kişi çevrede değişiklik olmadığını belirtmiştir. Görüşmeci Dilara Hanım, henüz doğal çevre ile ilgili ciddi bir çalışma yapılmadığını, doğal çevrenin korunması ile ilgili bir niyetin olduğunu fakat eyleme dökülmediğini ifade etmiştir.

Doğal çevreye gereken önemin verilmemesini hem maddi nedenlere hem de ekip kurulamamasına bağlamıştır. “Fakat köye gelen trekning grupları sayesinde köyün yürüyüş rotası belirlenmiş oldu” demiştir.

Hatice hanım, proje sayesinde Köy'deki ev arsaların değerinin arttığını belirtmiştir. Görüşmeci Esra Hanım, “köyde atıl durumda bulunan okul kötü haldeydi okulumuzun bakımı yapıldı ve satış merkezi haline geldi, aynı zamanda bahçesi kafeterya olarak kullanılıyor proje olmasaydı bunların hiçbiri olmayacaktı” demiştir. Bunun yanı sıra görüşmeci Fatma hanım “köyümüzün doğası çok güzel ben birçok köyü gezdim bu köyün doğal güzelliğine aşık oldum ve yerleştim fakat köyümüz çok bakımsız” sözleriyle köyde temizlik ve bakım konularına gereken önemin verilmediğini ima etmektedir. Proje kapsamında köyün doğal çevresinin korunması ve güzelleştirilmesi için bütçe ayrılmamış olması çevrenin ihmal edilmesine neden olmuştur.

Odak grup görüşmesinde, katılımcılarla çevre temizliği ve köyün doğal çevresinin güzelleştirilmesi konusu tartışılmıştır. Meryem Hanım “temizlik konusunda çok rahatsızım köyümüz çok pis, büyük ve küçük baş hayvanlar köyün ortasında geziyorlar gelen turistler köyünüz çok pis diyor ve utanıyorum” diyerek konunun aslında ne kadar önemli olduğunu çarpıcı bir şekilde dile getirmiştir. Turizme açılan bir bölgede temizlik ve bakıma önem verilmesi gereken konuların başında gelmektedir. Proje kapsamında bu konunun göz ardı edilmesi ve yerel halka verilen çevre eğitiminin kısa vadeli olması sorunun temel kaynağı olup bundan sonraki kırsal turizm kalkınma projelerinde ilk öncelik verilen faaliyet kapsamında olması gerekir.

Görüşmecilerin tamamının temizlik açısından iyi niyetli olduğu görülmekte iken yeteri kadar dayanışma ve organizasyon olmadığından sorun bugüne kadar çözüme kavuşmamıştır. Köy genel alanlarının düzenli aralıklarla köy halkının bir araya gelerek temizlemesine, köydeki çöp bidonlarının düzenli aralıklarla boşaltılmasına, köy sakinlerinin kendi bahçe ve çevrelerini daima temiz tutmaları gerektiğine karar verilmiştir.

Köy merkezinde ve çevresinde sahipli ve sahipsiz hayvanların dolaşımına yasak getirilmesi veya belirli saatlerde dolaşmaları için duyuru yapılması için muhtar heyetiyle görüşme yapılmasına karar verilmiştir.

Projenin SWOT analizi ile ilgili soruda, Pakize hanım “köyümüz çok güzel fakat çevresi bakımsız ve kirli” ifadesini kullanmıştır. Görüşmeler sonucunda çevre temizliği ve düzenlemesi ile ilgili köyde dikkate değer biçimde bir sorun olduğu anlaşılmaktadır.

Aslında, çevrenin turizm olmadan da korunması gerekirken, normal şartlar altında insanlar çevre konusunda duyarlı olmayabilirler. Fakat çevre turistik endişelerle ve turizmin ekonomik yararlarının hatırı için de olsa korunuyorsa, turizmin bu açıdan yararı göz ardı edilemez. Şüphesiz ki, turizm geliştikçe çevreye zararlı etkiler de ortaya çıkabilir, ancak, turizmin iyi bir çevrenin varlığına bağlı olduğu bilinci toplumda yerleştiği ölçüde, bu olumsuz etkileri azaltmak açısından turizm planlamasında daha dikkatli olunacaktır.

Tema 3: Projenin Nusratlı Köyünde Yaşayan İnsanların Sosyo-Kültürel Hayatına Etkisi

Turizmin gelişmekte olduğu bölgede yaratmış olduğu ekonomik ve çevresel etkilerin yanı sıra diğer önemli bir etkisi de toplumun sosyo-kültürel yapısı üzerindeki etkisidir. “Sosyo-kültürel etki” kavramı, turizmin toplumdaki kişilerin davranışlarına, aile içi ilişkilerine, toplumdaki ahlaki kurallara, zanaat faaliyetlerine, gelenek-göreneklere, kısacası toplumun sosyo-kültürel yapısına yapmakta olduğu tüm dolaylı ve dolaysız etkileri ifade etmekte kullanılan geniş anlamlı bir kavramdır. Turizmin bu unsurlar üzerindeki etkisine gerek iyimser, gerekse kötümser yaklaşımlar mevcuttur. Kimilerine göre “bozulma” olan bu süreç, kimilerine göre ise “gelişme”dir.

Kültür, bir toplumun ekonomik gelişmişlik düzeyini etkilediği ölçüde ekonomik açıdan da önem kazanmaktadır (Gürbüz,1998:166). Bir başka deyişle, kültürel açıdan birbirinden farklı olan toplumların ekonomik gelişmeye açık olma dereceleri de birbirinden farklıdır. Bazı toplumlar kültür özelliklerine bağlı olarak ekonomik gelişme olgusu karşısında daha dirençli olabilirler ki bunlar muhafazakar toplumlardır. Turizmin rolü bu noktada ortaya çıkmaktadır. Turizm sayesinde ortaya çıkan kültür alışverişiyle birlikte dirençli toplumların gelişmeye olan direnci kırılabilir (Gray, 1970: 156). Burada bahsedilen, yerli halkın kültürel yozlaşması değil, kültür alışverişi sonucu dünya görüşünün gelişip zenginleşmesi ve farklı kültürleri tanıyıp hoşgörü anlayışının egemen olmasıdır. Nitekim World Tourism Organization (WTO)’ nün bir raporunda da bu olgulara dikkat çekilmekte, turizmin kültür alışverişi yaratarak sosyal gelişmeye katkıda bulunduğu belirtilmektedir. (WTO, 1983:33).

Görüşmeye katılanların tamamı proje sayesinde köyde sosyalleşmenin arttığını, yabancılarla bilgi alışverişi sağlandığını ifade etmiştir.

Köye emekli olduktan sonra yerleşen Dilara Hanım, köy’de haremlik selamlık olduğunu, kadınların köy meydanında bulunan kahve-

nin önünden geçemediğini, kadın ve erkeğin hiçbir şekilde aynı yerde bulunmadıklarını belirtmiştir. Proje ile kadınların yerel ürünler satış merkezine gelip giderken kahvenin önünden geçmek zorunda olduklarını ve bu durumun artık normal karşılandığını ifade etmiştir. Bunun yanı sıra köye gelen yerli yabancı turistler sayesinde köy halkının gelenlerden, gelenlerin de köy halkından birçok yeni şey öğrendiğini ifade etmiştir.

Hatice Hanım, “köy’de gidecek yerim yoktu, satış merkezi sayesinde gidecek yerim oldu, canım sıkılınca buraya geliyorum. Nöbetçi olduğum günlerde gelen turistlerle konuşmak beni çok rahatlatıyor” demiştir. Pakize Hanım ise, “Aile hayatıma çok önemli katkı oldu eşim ile daha iyi anlaşıyoruz işe yaramak beni çok mutlu etti ve bu eşimle olan ilişkiye yansıdı” demiştir.

Dilara hanım, “proje yazılırken çocuklar unutulmuş, çocuklar anneleriyle birlikte yerel ürünler satış merkezine gelerek birlikte oyun oynuyorlar”. “Aslında proje de çocuklara yönelik de oyun odası gibi bir yer düşünülebilirdi”. “Aynı zamanda çocuklar annelerine üretimde de destek oluyorlar, getir, götür işlerini büyük bir ciddiyetle yapmaya başladılar” demiştir.

Satış merkezi ve kafeteryanın köyde ortak bir alan haline gelmesi köy halkının kaynaşmasına vesile olmuştur.

Köye dışarıdan yerleşen Fatoş Hanım, yerel ürünler satış merkezine ürün vermediğini fakat hemen hemen her gün kafeteryaya oturmaya gittiğini, orada bulunan kişilerle vakit geçirdiğini ifade etmiştir. Fatoş Hanım, satış merkezi ve kafeterya sayesinde köy halkını tanıma fırsatı elde ettiğini vurgulamıştır.

Bunun yanı sıra Dilara Hanım, projenin ev pansiyonculuğu ve köyde bulunan kadınların ürettiği yöresel ürünlerin satışına yönelik olduğunu fakat zaman geçtikçe köy’e ürün satın almaya ve kalmaya gelen turistlerin önerileriyle, tamamen organik üretim (örneğin, organik sabun, temizlik malzemesi, limon tuzsuz turşu yapımı, şekeriz reçel) yapmaya başladıklarını belirtmiştir. Kırsal kalkınma projesi sayesinde, yerel halk üretimlerini geliştirme, farklı üretim biçimleri öğrenme, kendilerini geliştirme şansı elde etmiştir. Bu sayede ürün çeşitliliği yakalama şansı elde edenler daha çok gelir elde etme imkanı bulmuştur.

Projenin SWOT analizi ölçtüğümüz soruda katılımcıların tamamı projenin köy halkının sosyalleşmesine olumlu katkı yaptığını belirtmiştir. SWOT ile ilgili soruda katılımcıların çoğu projenin devam etmesini, herhangi bir aksaklık olmadığını ifade etmiştir.

SONUÇ

Nusratlı köyü turizm kalkınma projesinin etkilerinin ele alındığı bu çalışmada, yerel halk ile görüşme ve odak grup görüşmesi yapılmış, temalar oluşturulmuş ve oluşturulan temalar betimsel analize göre incelenmiştir. Buna göre, yerel ürünler satış merkezine ürün verenlerin ekonomik fayda sağladığı, gelirlerinin arttığı; ancak ürün veremeyenlerinde gelir artışının farkında oldukları belirlenmiştir. Yerel halkın turizmin gelişmesiyle, sosyalleştiği, birbirleri arasında dayanışmanın arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm kalkınma projesinin doğal çevre üzerinde olumlu bir katkı yapmadığı ancak doğal çevre ile ilgili bir farkındalığın oluştuğu belirlenmiştir. Köyün tanıtımının yapılması sayesinde köyde bulunan arsa ev gibi taşınmazların değerinin arttığı ifade edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Akiş, E. (2011). Küreselleşme Sürecinde Bölgesel Kalkınma Yaklaşımındaki Gelişmeler ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 44, 237-256.
- Barutçugil, İ. S. (1986) *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İstanbul: Beta.
- Berber M. ve Bocutoğlu E. (2013). *Genel Ekonomi*, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım,.
- Dimitrovski D.,D., Todorovic A., T., Valjarevic A., D. (2012). Rural Toursim and Regional Development: Case Study of Development of Rural Toursim in The Regional of Gruza, Sebja. *Procedia Environmental Sciences*, 14, 288-297
- DPT, 2006. http://plan9.dpt.gov.tr/oik16_2_kirsalpolitika/kirsalka.pdf, 03.01.2014.
- Escobar, A. (1991). *Encountering Development in Sachs, W. Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power*. Zed Books.
- Gray, H. P.(1970). *International Travel*. Lexington: Heath Lexington Boks.
- Günaydın, D. (2013).Türkiye’de Bölgeler Arası Gelişmişlik Farkların Giderilmesinde Kalkınma Ajansların Yeri: İzka Mali Destek Programları Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 73-101
- Gürbüz, A. K. (1998).*Turizmin Ekonomik Analizi*, (1.Baskı). Balıkesir: Alem Basım-Yayım.
- Gürsoy, D. Jurowski, C.&Uysal, M.(2002). Resident Attitudes-A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*,29, 75-105.
- Haven-Tang, C.&Jones, E. (2012). Local Lidership for Rural Toursism Development: A Case Study of Advent, Monmoutshire, UK. *Tourism Management Perspectives*. 4, 28-35.
- http://ec.europa.eu/agriculture/agrista/rurdev2009/RD_Report_2009_Chapter1.pdf (12.11.2013)
- http://www.fka.org.tr/contentdownload/sss_genel.pdf (30.11.2013).
- <http://www.kalkinma.gov.tr/bolgesel.Portal> (30.11.2013).
- <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul> (12.12.2013)

- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13427> (10.12.2013).
- <http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=241054> (10.12.2013).
- Lane, B. (1994). *What is Rural Tourism? In: Bramwell B, Lane B, editors. Rural Tourism and Sustainable Rural Development*. Clevedon: Channel View Publications.
- Maç, N. (2006). *Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye*. Konya Ticaret Odası Etüd Araştırma Servisi, 117 / 76.
- Sen, A. (1999) . *Development As Freedom*. Oxford Üniversitesi Press.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*,10, 67-75.
- Ünsal, T. (2011).Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı Örneği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erzurum.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (8. Baskı). Ankara: Seçkin.
- Williams, J.& Lawson R. (2001). Community Issues and Resident Opinions of Tourism. *Annals of Tourism Research*. 28, 269-290.
- Wilson, S., Fesenmaier, DR., Fesenmaier, J.,& Van Es, JC. (2001). Factors for Success in Rural Tourism development. *Journal of Travel Research*,40(2), 132-138.
- World Tourism Organization. (1983). *The Travel Item in The Balance of Payments*, Madrid.