

**KIRSAL TURİZMDE İŞLETMELERİN ROLÜ:  
CUMALIKIZLIK ÖRNEĞİ\***

*THE ROLE OF TOURISM ESTABLISHMENTS IN RURAL TOURISM:  
A SAMPLE OF CUMALIKIZLIK*

**Reyhan ARSLAN AYAZLAR\*\* Miray KILIÇALP\*\*\***

*Geliş Tarihi: 08.03.2018  
(Received)*

*Kabul Tarihi: 08.05.2018  
(Accepted)*

**ÖZ:** Alternatif turizm türlerinden biri olan kırsal turizm, turizm endüstrisi içinde giderek büyüyen bir alan olarak karşımıza çıkmakta ve gelişimi desteklenmektedir. Bir bölgedeki kırsal turizmin gelişmesinde paydaşların ve bu paydaşlardan biri olan turistik işletmelerin katkılarından söz edilebilir. Bu araştırmada işletmecilerin kırsal turizme yönelik tutumlarını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Araştırma, kırsal turizmin uygulandığı ve UNESCO Dünya Miras Listesinde yer alan Bursa Cumalıkızık ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nitel bir yaklaşım benimsenmiş ve 18 işletmeci ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre, işletmecilerin kırsal turizme karşı olumlu bir tutum içinde olduklarını söylemek mümkündür. Bununla birlikte özellikle bölgedeki restorasyon çalışmaları noktasında işletmeciler ve yerel yönetim arasında birtakım uyumsuzluklar bulunmaktadır. Bu konuda yerel yönetim ve işletmelerin karar almada birlikte hareket etmesi gerekmektedir. İşletme sahiplerinin yalnızca turist sayısına odaklanmalarından ziyade yerel dokuyu korumaya yönelik eğitimleri gerektiği araştırmanın bir diğer bulgusudur. Araştırma ile kırsal turizmin önemli paydaşlarından biri olan turistik işletmelerin kırsal turizme yönelik bakış açısını anlamada ve bu noktada çözüm önerileri getirmede katkı sağlaması hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kırsal turizm, turistik işletme, Cumalıkızık

**ABSTRACT:** Rural tourism as an alternative type has been one of the areas which has gradually grown in tourism industry. Stakeholders, specifically tourism establishments, have an important role in the development of rural tourism in a region. This study aims to reveal tourism managers' attitude towards rural tourism. The research was carried out in Bursa-Cumalıkızık which is implemented rural tourism and in UNESCO World Heritage List. A qualitative approach was adopted and data was gathered from 18 tourism managers. According to the results, tourism managers have a positive attitude towards rural tourism. However, there are some incompatibilities, specifically in restoration, between tourism managers and local authorities. Local authorities and managers need to take joint action for

\* Bu araştırma 1st International Rural Tourism and Development Congress'te özet bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Dr. Öğrt. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, reyhanayazlar@gmail.com

\*\*\* Doktora Öğrencisi, Adnan Menderes Üniversitesi, mryonal@gmail.com

decision. The other finding of the study is that managers mustn't focus only tourist numbers but also local texture protection of the region. This study aims to contribute understanding tourism managers' attitude towards rural tourism and offer solutions in this context.

**Key Words:** *Rural tourism, tourism managers, Cumalıkızık*

## 1. GİRİŞ

Çoğu batı ülkesinde, kırsal bölgelerde ekonomik faaliyetlerin azalması, tarım sektörünün yeniden yapılandırılması, kırsal sanayileşmenin gittikçe azalması ve eğitilmiş genç nüfusun kırsal bölgelerden sanayi alanlarına göç etmesi, turizmin kırsal bölgelerin ekonomik ve sosyal olarak yeniden canlanması ve kalkınması için alternatif bir kalkınma stratejisi olarak benimsenmesini sağlamıştır (Briedenhann ve Wickens, 2004: 71). Özellikle AB ülkeleri ekonomik ve sosyal dayanışma açısından kırsal turizm alanında liderlik yapan ülkeler olmuştur. Başta İtalya, İspanya, Fransa, Almanya ve Yunanistan ile birlikte İngiltere kırsal turizmin geliştirilmesi ve kırsal alanların kalkındırılması amacıyla önemli çalışmalar yürütmektedir (Aydın, 2012: 39).

Turizm, ülkelerin kırsal alanları için birçok potansiyel faydayı barındırmaktadır (Azimi, 2015: 1). Kırsal turizmin yararları ön plana çıktıkça Batı ülkelerinin yanı sıra birçok Asya ülkesi de bu alana yönelik yatırımlarını arttırmaya başlamıştır. Örneğin, İngiltere Çevresel Gıda ve Kırsal Departmanı, 2013 yılında kırsal turizm çekiciliklerinin kalitesini artırma noktasında 25 milyon \$ yatırım yapmıştır. Bunun dışında Tayland, Vietnam, Endonezya, Malezya gibi Asya ülkeleri de bu konudaki girişimlerini artırmıştır (Akbar, Zahari ve Dusi, 2016: 154).

Türkiye nüfusunun %35'inin kırsal alanlarda yaşadığı ve geçimini tarımdan sağladığı göz önünde bulundurulduğunda ülkenin modernleşme çabaları doğrultusunda kırsal alanların geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Kırsal alanlarda yaşayanların yaşam kalitesini iyileştirme ve ülke genelindeki gelişmişlik farkını en aza indirme noktasında girişimler bulunmakla birlikte istenilen düzeye ulaşamadığı ifade edilmektedir (DPT, 2006). Dolayısıyla bu noktada kırsal turizmin kırsal alanların kalkınmasında etkili ve öncü sektörlerden biri olduğu değerlendirilmektedir (Çeken, Karadağ ve Dalgın, 2007: 9).

İlgili literatür incelendiğinde kırsal turizm ve yerel halkın kırsal turizme karşı tutumunu inceleyen bir çok çalışmanın bulunduğu görülmektedir (Chun-Chu, 2005; Chazapi ve Sdrali, 2006; Ertuna, Güney, Güven ve Aydemir, 2012; Chuang, 2013; Uçar vd. 2012; Torun, 2013; Abdollahzadeh ve Sharifzadeh, 2014; Ayazlar, 2017). Benzer şekilde kırsal turizm alanlarında faaliyet göstermekte olan yerel işletmeler açısından kırsal turizmin etkilerini ekonomik açıdan inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Briedenhann ve Wickens, 2004; Cawley ve Gillmor, 2008; Drăgulănescu ve Druțu, 2012; Uçar vd. 2012). Bununla birlikte yerel işletmelerin

kırsal turizm karşı tutumlarının incelendiği araştırma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu alanda az sayıda çalışmanın gerçekleştirilmesi ve Bursa-Cumalıkızık'ta faaliyet gösteren işletmelerin görüşlerine yönelik bir çalışmanın bulunmaması bu araştırmanın gerekçeleri arasında yer almaktadır. Bu kapsamda bir sonraki bölümde ilgili literatür taraması gerçekleştirilmekte, ardından araştırma yöntemine geçilmektedir. Sonrasında araştırma bulguları sunulmakta ve sonuç bölümünde elde edilen bulgular doğrultusunda öneriler getirilmektedir.

## 2. KIRSAL TURİZM

Kırsal turizm, tamamlayıcı bir turizm ürünü olarak endüstride giderek büyüyen bir bölüm olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki kırsal alanların (Othman, Sazali ve Mohamed, 2013: 65), ekonomik gelişime çözüm üretmede (Rid, Ezeuduji ve Haider, 2014: 102) uzun vadeli ve doğrudan sağlamış olduğu katkılar bu gelişimi desteklemektedir. Kırsal turizm, doğaya ve köklerine geri dönmelerini sağlaması açısından da turistlere yarar sağlamaktadır (Othman vd, 2013: 67).

Kırsal turizm özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından mevcut turizm türlerine bir alternatif olmanın ötesinde diğer turizm türlerinin tamamlayıcısı olarak değerlendirilmektedir. Geleneksel üretim şekillerinin eskisi gibi gerçekleştirilmediği ve dolayısıyla yerel halkın geçim sıkıntısı yaşadığı durumlarda ek iş olanakları oluşturması ve yerel halkın yaşam standardını yükseltmesi noktasında kırsal turizm önemli bir rol oynamaktadır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008: 67-68). Kırsal turizmin geliştirilmesinde kırsal turizmin yerel halk için gelir veya ek gelir sağlaması, yeni iş alanları oluşturması ve iç göçün önüne geçerek engellemesi gibi önemli rolleri bulunmaktadır (Soykan, 1999: 73).

Kırsal turizmin gelişimi değerlendirilirken ele alınan kuramlardan biri paydaş kuramıdır. Freeman'a (1984) göre paydaş, "bir örgütün amaçlarını başarılmasından etkilenen ya da bu durumu etkileyen grup veya birey"dir. Turizm endüstrisinin paydaşları turistler, yerel halk, girişimciler (turizm işletmeleri) ve yerel yönetim olmak üzere dört ana gruptan oluşmaktadır (Byrd vd, 2009: 693). Kurama göre, turizm endüstrisinin gelişmesinde söz konusu paydaşların sürece dahil edilmesi önem taşımaktadır (Kruja ve Hasaj, 2010: 2). Buradan hareketle turizm işletmelerinin kırsal alanlardaki turizmin gelişiminde önemli bir rolü olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla turistik işletme yöneticilerinin kırsal turizme yönelik görüşlerini anlamak bölgenin gelişimi açısından önem taşımaktadır.

## 3. KIRSAL TURİZMDE İŞLETMELERİN ÖNEMİ

Kırsal turizm, "kırsal çevrede sürdürülebilir işletmenin turistik aktiviteleri" şeklinde tanımlanmaktadır (Ayaz, Yeşiltaş ve Türkmen, 2012: 104). Kırsal

turizmin gelişiminde turistik işletmeler önemli bir rol oynamaktadır. Ashley, Brine, Lehr ve Wilde'e (2007: 6) göre yönetim ve küçük ya da büyük tur operatörleri gibi turizm paydaşları turistlerin bölgeye getirilmesinde önemli bir rol oynamakta ve kırsal alanlardaki ekonomik gelişime katkıda bulunmaktadır.

UNWTO'ya (2002) göre kırsal turizmin başarılı olmasında etkili bir organizasyon gerekmektedir. Kırsal turizm organizasyonu, toplumsal örgütler, konaklama sağlayıcıları, aracı işletmeler ve diğer sağlayıcıları kapsamakta ve söz konusu örgütler aşağıda geçen geniş aralıkta etkinliklerden sorumlu olmaktadır:

- Vizyon ve stratejinin belirlenmesi,
- Sınıflandırma/derecelendirme sistemlerinin organizasyonu ve sürdürülmesi,
- Kırsal turizmin pazarlama faaliyetleri,
- Kırsal turizm operatörlerine destek hizmetlerin sağlanması,
- Kırsal turizm operatörleri arasında bir ağın geliştirilmesi,
- Eğitim desteğinin sağlanması,
- Devlete karşı lobi faaliyetleri yürütmek ve
- Bağış elde etmek.

Amatör bir turizm yönetimi anlayışı ile çoğunlukla yerel halkın istihdam edildiği kırsal turizmde, yine yerel işletme sahipleri vardır. Bu yönüyle bakıldığında kırsal turizm kırsal alanların bir kalkınma aracı olarak görülmektedir (Aydın, 2012: 46). Kırsal turizm, bölgedeki küçük ölçekli işletmeler için uygun bir turizm şekli olarak değerlendirilmektedir (Getz ve Carlsen, 2000: 547). Bu bağlamda kırsal kesimde yer alan küçük aile işletmelerinin teşvik edilmesi bölgenin ekonomik kalkınmasına olumlu yönde katkıda bulunmaktadır (Fleischer ve Felsenstein, 2000: 1013).

Kırsal turizmde turizm işletmelerinin rolünün ortaya konduğu çeşitli araştırmalara rastlamak mümkündür. Uçar ve arkadaşları (2012: 80) kırsal turizmin sosyo-ekonomik yapıya etkisini araştırdıkları çalışmaları sonucunda Fethiye bölgesinde faaliyet gösteren kırsal turizm işletmelerinin daha önce kitle turizmiyle uğraştıklarını ve bölgenin ihtiyaçları doğrultusunda kırsal turizm faaliyetlerine yöneldiklerini belirlemişlerdir. Diğer taraftan yerel halkın, kırsal turizm ile ilgili bir işletme açma imkanı sağlandığında böyle bir işe girişme konusunda istekli olduklarını saptamışlardır. Eren ve Aypek (2012: 47) tarafından Cumalıkızık Köyü'nde gerçekleştirilmiş olan ve kırsal turizm bölgesinde yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumlarının araştırıldığı çalışma sonucunda Cumalıkızık'ta turizmin önemli reel karakterli etkilerinde istihdamın Cumalıkızık'ta da etkili olduğu ve yerel halk tarafından olumlu olarak görüldüğü vurgulanmıştır. Yerel halk da turizmin yeni iş fırsatları oluşturduğunun farkında olmanın yanı sıra bu işleri cazip olarak nitelendirmektedir. Ayazlar (2017: 53)

kırsal turizmde yerel halkın tutumunu araştırdığı çalışmasında yerel halkın “kırsal turizmden gelir elde etmesi” ve özellikle kadınlar açısından “istihdam sağlaması” olmak üzere kırsal turizmin 2 yararına vurgu yapıldığını ve kadınların tarımsal etkinliklerden arta kalan zamanlarda ya da bu tarımsal etkinlikleri yapamayacak durumda olan kadınların el işi ürünleri ya da doğal yiyecek ürünlerini satarak para kazandıklarını saptamıştır.

#### 4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırmada kırsal bir bölgede faaliyet gösteren turistik işletme sahiplerinin kırsal turizme yönelik tutumunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmada nitel bir yaklaşım benimsenmiştir. Araştırma verilerini elde etmede yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri içerisinde görüşme tekniği, değişik ve anında değişen koşullara uyabilme esnekliği; okuma yazma bilmeyenler dahil hemen herkese uygulanabilirliği; geri besleme mekanizmasının anında işleyebilmesi; derinliğine bilgi elde edebilme, alınan ilk tepkilere göre izleyici ve zaman zaman da kontrol edici soruların sorulabilmesi ile yanlış anlaşılmanın azaltılması; cevaplarda bireyselliğin korunması; soruları cevaplama oranını yüksek tutabilme ile, özellikle, karmaşık ve duygusal ağırlıklı kişisel sorunların ortaya çıkarılmasında uygun bir teknik olarak nitelendirilmektedir (Karasar, 2008; 175). Görüşme metni oluşturulurken Uçar vd'nin (2012) araştırmasından yararlanılmıştır. Katılımcılara yöneltilmesi planlanan sorular önceden hazırlanarak turistik işletme sahipleri ile tek tek görüşülmüş ve verdikleri yanıtlar kaydedilmiştir.

Araştırma evrenini Bursa'nın Cumalıkızık ilçesinde faaliyet gösteren turistik işletme sahipleri oluşturmaktadır. Cumalıkızık'ta kırsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştiriliyor olması, çeşitli turistik destinasyonlara yakın olması ve bu destinasyonlara alternatif bir turizm şekli sağlaması ve destinasyonun UNESCO Dünya Mirası'nda yer alması Cumalıkızık'ın araştırma bölgesi olarak seçilmesinde etkili olmuştur. İlçede gözleme, kahvaltı ve restoran hizmeti veren 52 işletme ve 4 pansiyon bulunmaktadır. Aynı zamanda 100'ün üzerinde hediyelik eşya ve yerel ürünlerin satıldığı tezgahlar yer almaktadır. İlçede bulunan evler mimari açıdan UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmeye hak kazanmıştır. Aktif olarak kullanılan 180 evin yanı sıra 270 evin daha restorasyon çalışmaları devam etmektedir. Restorasyon çalışmaları kamu tarafından ev sahibinin en az 10 yıl boyunca evi üçüncü şahıslara satmaması koşuluyla ücretsiz olarak gerçekleştirilmektedir. Bazı turistik işletmelerin kış döneminde kapalı olmasından dolayı 18 turistik işletme sahibi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanların belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Cumalıkızık Köyü'nde kırsal turizm faaliyetlerini yürüten işletme sahiplerinin hemen hemen hepsi yöre halkından oluşan bireylerdir. Özellikle

hediyelik eşya satışının gerçekleştirildiği tezgah sahiplerinin hepsi yerel halktan oluşan kişilerdir.

Görüşmeler sırasında ses kaydı yapılarak katılımcıların ifadeleri kaydedilmiştir. Elde edilen ses kayıtları araştırma sonunda yazıya dökülmüş ve ifadeler yorumlanmıştır.

### 5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bursa'nın Cumalıkızık ilçesinde yapılan araştırmaya katılan turistik işletme sahiplerinin profili Tablo 1'de gösterilmiştir. Araştırmaya katılanların önemli bir bölümünün orta yaşlı ve ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip olduklarını söylemek mümkündür. Bazı katılımcılar yalnızca kahvaltı evi işletirken bazıları kahvaltı evinin yanı sıra hediyelik eşyalar da satmaktadır.

**Tablo 1. Katılımcıların Profili**

Katılımcı No	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Faaliyet Türü
1	50	Kadın	İlköğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, yerel ürünler
2	32	Kadın	Ortaöğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, yerel ürünler
3	53	Erkek	İlköğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, yerel ürünler
4	24	Kadın	Ortaöğretim	Hediyelik eşya, yerel ürünler
5	30	Erkek	Ortaöğretim	Hediyelik eşya, yerel ürünler
6	48	Kadın	İlköğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, hediyelik eşya, yerel ürünler
7	64	Kadın	Okur-Yazar	Kahvaltı, gözleme, restoran, hediyelik eşya, yerel ürünler
8	38	Kadın	Ortaöğretim	Hediyelik eşya, yerel ürünler
9	50	Kadın	İlköğretim	Hediyelik eşya, yerel ürünler
10	46	Kadın	Ortaöğretim	Hediyelik eşya, yerel ürünler
11	35	Erkek	Ortaöğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, hediyelik eşya, yerel ürünler
12	32	Kadın	Ortaöğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, hediyelik eşya, yerel ürünler
13	40	Kadın	İlköğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, hediyelik eşya, yerel ürünler

14	43	Erkek	İlköğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, yerel ürünler
15	43	Kadın	İlköğretim	Hediyelik eşya, yerel ürünler
16	52	Erkek	İlköğretim	Pansiyon, Kahvaltı, gözleme, restoran, yerel ürünler
17	54	Kadın	İlköğretim	Pansiyon, Kahvaltı, gözleme, restoran, yerel ürünler
18	57	Erkek	İlköğretim	Kahvaltı, gözleme, restoran, yerel ürünler

Genel anlamda katılımcıların bölgelerindeki kırsal turizme karşı olumlu bir tutum içinde olduklarını söylemek mümkündür. Bu noktada katılımcıların tamamının ana geçim kaynağı olarak turizmi belirtmelerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Köyde bulunan turistik işletmelerin hemen hemen hepsi yerel halk tarafından işletilmektedir. Bununla birlikte köyde tarımsal faaliyetler de devam etmektedir. Kestane, ceviz, ıhlamur, orman meyveleri ve bu meyvelerden elde edilen ev yapımı reçeller ile bal başlıca tarım ürünleridir. Söz konusu ürünler yerel halk tarafından belediyenin ücretsiz olarak sunduğu tezgahlarda satışa sunulmaktadır. Köyde mandıra ürünlerinin üretim ve satışının gerçekleştirildiği bir adet çiftlik de yer almaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen diğer bulgular aşağıda sunulmaktadır.

*Katılımcıların işletmelerinde yöreye özgü ürünler satma eğilimi:* Katılımcıların tamamı bal ve orman meyveleri, narenciye, ayva ve incirden elde edilen ev yapımı reçelleri işletmelerinde sunduklarını ifade etmiştir. Aynı zamanda ev yapımı tarhana ve erişte gibi ürünlerin de satışını gerçekleştirmektedirler. Patik, yelek, şal, yemeni, havlu kenarı gibi el işi ürünler de belediye tarafından ücretsiz olarak sunulan tezgahlarda satılmaktadır. Tezgahı olmayan köy kadınları evlerinin önünde el işi ürünlerini satma girişiminde bulunmaktadır.

*Cumalıkızık'ta kırsal turizmin gelişimi için yapılması gerekenler hususunda turistik işletme yöneticilerinin bakışı:* Katılımcıların önemli bir bölümü kamu desteği ve hizmetlerinin artırılması yönünde görüş bildirmişlerdir. Köyde kamusal alanda bir tuvaletin bulunmaması, otopark sorununun olması, genel alan temizliğinin yeterince yapılmaması gibi durumlar nedeniyle köyde kırsal turizm gelişiminin olumsuz yönde etkilendiğini belirtmişlerdir. Bu noktada en çok verilen yanıtlar arasında, restorasyon çalışmaları konusunda belediye ve turistik işletme yöneticileri ve yerel halk arasındaki anlaşmazlık ön plana çıkmaktadır. Katılımcılar restorasyon çalışmalarının hızlanması gerektiğini ifade etmektedir. Şimdiye kadar belediyenin kahvaltı ve gözleme evlerinden ruhsat istemediğini ancak bu sene itibarıyla ruhsat zorunluluğu geldiğini söyleyen katılımcılar bu konuya olumsuz bakmaktadır. Özellikle kış döneminde yalnızca hafta sonu işletmesini açan ve SİT

alanı olması nedeniyle herhangi bir tadilat yapamayan katılımcılar için bu durum son derece olumsuz bir şekilde algılanmaktadır.

7 katılımcı ruhsat almada çok zorlandıklarını, bunun için yerine getirilmesi gereken zorunlulukları ise SİT alanı olmaları nedeniyle gerçekleştiremediklerini ifade etmişlerdir. Bu konuda Anıtlar Kurulu ve belediyenin kendilerine yardımcı olmadıklarını söylemişlerdir. Köyde evlerinin restore edilmesini bekleyen çok sayıda sakin bulunmaktadır. Evleri kullanılamayacak durumda olanlar (yalnızca evlerini ön cephesi ayakta) kapı önlerinde açtıkları tezgahlar ile yöresel ürünleri satmaya çalışmaktadır. Aynı zamanda köy girişinde yer alan ve belediyenin ücretsiz olarak sunduğu tezgahlarda satışlar yapanlar da bulunmaktadır. Buna karşılık 8 katılımcı bu tezgahların köyün genel görünümünü bozması nedeniyle kaldırılmaları gerektiğini savunmaktadır. Restorasyon çalışmaları bitmiş ve/veya iyi durumda olan konaklar bu konuda bir sorun belirtmemektedir. Bununla birlikte belediyenin izin vermesi durumunda daha çok turistin gelmesi için bahçede değişiklikler yapma arzusu içindedirler.

Katılımcılar köylerinde kırsal turizmin gelişmesi için tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerektiğini bildirmişlerdir. Köye gelen yabancı turist sayısı az olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada en çok Arap turistlerin gelmesini isteyen katılımcılar onların damak tadının kendi kültürlerine yakın olduğunu, yeme-içme ve hediyelik eşya satın alma konusunda en fazla harcamayı onların yaptığını belirtmektedirler.

Katılımcıların üçü, köyün gençlerini turizme yönlendirmek ve kırsal turizmin gelişimine katkıda bulunmak amacıyla kamu kuruluşları tarafından çeşitli meslek (marangozluk, demircilik, cam işçiliği, aşçı, garson vb) ve dil kurslarının açılması gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir. Köyde satılan hediyelik eşyaların dışarıdan temin edildiğini, bu kursların açılması halinde üretimin köyde yapılabileceğini düşünmektedirler. Köyde turistik faaliyetlerde bulunanların çoğunluğunun ilköğretim ya da ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip olmaları eleştirilmektedir. Bazı işletmeci ve/veya tezgah sahiplerinin turistlere karşı davranışlarında görgülerinin artırılması ve turistlere yalnızca ürün satma derdinden uzaklaşmaları gerektiği ifade edilmektedir. Bu anlamda turist davranışı konusunda eğitimlerin verilmesi gerektiğini savunmaktadır.

*Katılımcıların bölgede kırsal turizmin gelişimi için yaptıkları:* Katılımcıların hepsi turistlere güler yüzlü ve içten davrandıklarını ve onlara uygun fiyatlar sunmaya çalıştıklarını ifade etmiştir. Aynı zamanda işletmelerindeki ürün çeşitliliğini artırarak turistlere hizmet vermeye çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar işletmelerini büyütmek istediklerini bu noktada binada ve bahçede çeşitli düzenlemeler yapmak istediklerini ancak SİT alanı olmasından dolayı istedikleri tadilatları gerçekleştiremediklerini belirtmektedirler. Örneğin ahşap görümlü sundurma veranda, çatı ve/veya balkon ile kendilerince tarihe



uygun düzenlemeler yaptıklarını söyleyen katılımcılar belediyeden bunlar için izin alamadıklarını ifade etmişlerdir. Bu konuda restorasyon işini yüklenen özel firmaların ise çok yüksek meblağlar istemelerinden dolayı bunu karşılayamadıklarını söylemişlerdir.

*Katılımcıların kırsal turizmden elde ettikleri geliri yeterli bulup bulmadıklarına yönelik görüşleri:* Katılımcıların önemli bir bölümü kırsal turizmden yeterli gelir elde edemedikleri görüşündedir. Katılımcıların üçü yaşadıkları evin konaklardan daha küçük olduğunu, üst katta kendilerinin yaşadığını, alt katı kahvaltı ve gözleme evi olarak kullandıklarını belirtmiştir. Yoğun sezonda sürekli açık olduklarını düşük sezonda yalnızca hafta sonu işletmelerini açtıklarını belirtmişlerdir. Söz konusu katılımcılar yeterince para kazanamadıklarını ancak evde oturup hiçbir şey yapmaktan daha iyi durumda olduklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte evlerinin bazı alanlarını (mutfak, bahçe gibi) istedikleri gibi düzenledikleri takdirde daha fazla turist geleceği ve daha fazla para kazanabileceklerini düşünmektedirler.

Katılımcılardan 8'i daha büyük ve restorasyonu tamamlanmış konaklarda faaliyet göstermektedir. Bu işletme sahipleri tek geçim kaynaklarının kırsal turizm olduğunu söylemişlerdir. Dolayısıyla tüm aile bireyleri işletmede görev almaktadır. Buna ek olarak yoğun dönemlerde civar köylerden ve hatta üniversite öğrencilerinden 150-200 kişinin çalışmak için bölgeye geldiğini belirtmişlerdir. Bu anlamda söz konusu katılımcılar bölgelerindeki kırsal turizmin civar köyler açısından da bir gelir oluşturduğunu rapor etmektedir.

Hediyelik eşya satışı yapan 3 katılımcı SGK'dan emekli olduklarını ve ek gelir elde etmek için kırsal turizmde çalıştıklarını belirtmiştir. Bu katılımcılar sattıkları ürünleri kendileri üretmek yerine toptancıdan satın almaktadır. Tezgah sahiplerinin çoğunluğunun benzer şekilde ürünleri toptancıdan aldıklarını, hemen hemen her tezgahta aynı ürünlerin aynı fiyata satıldığını dolayısıyla yeterince kar edemediklerini ifade etmişlerdir. Öte yandan kendi yaptıkları el işi ürünlerini ve yerel gıdayı satan katılımcılar, turistlerin ürünlerini çok pahalı buldukları için pazarlık yaptıklarını ya da hiç almadan geçip gittiklerini ifade etmişlerdir. Bu nedenle el işi ürünleri satan katılımcılar da elde ettikleri gelirin yeterli olmadığını belirtmişlerdir.

*Katılımcıların turistlerle arkadaşlık kurmaya yönelik görüşleri:* Katılımcıların tamamı özellikle yerli turistlerle arkadaş olduklarını ifade etmiştir. Bu arkadaşlığın aynı zamanda sürekli müşterilere dönüştüğünü ifade eden katılımcılar özellikle Bursa, İstanbul gibi yakın yerlerden gelen yerli turistlerin hafta sonu sıklıkla bölgeye geldiğini ve ürünlerinden aldıklarını söylemişlerdir.

*Katılımcıların turistlerin neden bölgelerine geldiklerine yönelik görüşleri:* Araştırmaya katılanlar, Cumalıkızık'ın UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde olmasından, 700 yıllık bir köy olmasından, kınalı kar adlı dizinin burada çekilmiş

olmasından ve yerel lezzetleri tatmak amacıyla turistlerin köylerine geldiklerini düşünmektedir.

*Katılımcıların ürünlerini değerinde satıp satmadıklarına yönelik görüşleri:* Katılımcılar yerel ürünlerin yerli turistlere pahalı geldiği için pazarlık yaptıklarını dolayısıyla ürünlerini gerçek değerinde satmadıklarını ifade etmiştir. Buna karşılık yabancı turistlerin daha çok el işi ürünlere yöneldiklerini ve ürünleri gerçek değerinde satın aldıklarını belirtmişlerdir.

*Katılımcıların turistlerin olumsuz görüşlerine yönelik algıları:* Katılımcıların çoğunluğu turistlerin tuvalet, çevre kirliliği ve otopark konularından şikayetçi olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların 3'ü müşterilerinin işletmelerindeki tuvaletlerden şikayetçi olduğunu ancak tadilat yapamadıklarını belirtmiştir. Katılımcılardan 4'ü yabancı turistlerin köyde yabancı dil bilen sayısının az olmasından yakındıklarını ifade etmiştir. 6 katılımcı turistlerin personelin yeterli bilgi aktaramadığından yakındığını, 8 katılımcı ise işletmelerde sunulan yiyecek-icecek ürünlerinin vasat ve buna karşılık pahalı olduğundan şikayet ettiklerini belirtmiştir. Katılımcıların 2'si köy meydanındaki tezgahların görüntüsünden ve satıcıların ısrarından şikayet edildiğini söylemiştir. 3 katılımcı ise cadde üzerindeki tezgahlar nedeniyle turistlerin evleri göremediklerine dair olumsuz görüş bildirmiştir.

Turist şikayetlerini giderme noktasında katılımcılara ne yaptıkları sorulduğunda belediyenin tezgahları ücretsiz dağıttığını bu konuda kendilerinin yapabilecekleri bir şey olmadığını ifade etmişlerdir. Bu konuda belediyenin çözümü getirmesi gerektiğini belirten katılımcılar köydeki herkesin gelir elde etmeye hakkının olduğunu, bu konudaki kötü görüntünün düzeltilmesinin belediyeye ait olduğunu söylemişlerdir.

*Katılımcıların işletme kurarken devlet desteği alıp almadığına yönelik cevapları:* Katılımcıların hiçbiri işletmelerini kurarken devlet desteği almadıklarını belirtmiştir. Bu konuda herhangi bir resmi kuruma başvuruda bulunmamışlardır. Bununla birlikte devlet tarafından bu konuda bir fon oluşturulmasını desteklemektedirler.

*Katılımcıların bölgelerinde kırsal turizme yönelik denetleme yapıp yapılmadığına ilişkin görüşleri:* Düzenli aralıklarla olmamakla birlikte belediyenin zabıta ekiplerinin denetleme yaptıkları bildirilmiştir. Mutfak, tuvalet gibi hijyen denetimlerinin yanı sıra en fazla kaçak yapı denetiminin yapıldığını belirtmişlerdir. Katılımcıların tamamı tüm denetlemeleri desteklemektedir. 8 katılımcı köydeki kaçak yapılaşmanın önüne geçilmesi adına denetlemelerin yapılması gerektiğini ifade ederken, katılımcıların 6'sı köydeki uygulamaların bir standardı olmasını sağlaması açısından denetlemeleri desteklemektedir. Katılımcıların 4'ü tezgahta faaliyet gösterenlerin sürekli denetlenmeleri gerektiğini böylelikle yer kavgalarının önüne geçilebileceğini rapor etmişlerdir.

*Katılımcıların kırsal turizm kapsamında turistlerin en çok tercih ettikleri ürünler hakkındaki görüşleri:* Katılımcıların 8'i turistlerin en çok küçük hediyelik eşyalardan satın aldıklarını, 4'ü ev yapımı reçel ve bal satın aldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılardan 5'i turistlerin mevsimsel ürünlere yöneldikleri ve bu kapsamda en çok kestane, çilek, ahududu, böğürtlen gibi köyde yetiştirilen taze meyvelerden satın aldıklarını, 1'i ise en çok ev yapımı tarhana, turşu, erişte gibi ürünleri satın aldıklarını belirtmişlerdir.

*Katılımcıların faaliyet gösterme zamanları:* Cumalıkızık köyünde kırsal turizm açısından en yoğun dönemlerin ilkbahar ve sonbahar olduğunu söylemek mümkündür. Bu kapsamda katılımcıların 13'ü yılın 12 ayı faal olduklarını ifade etmişlerdir. 5 katılımcı buldukları yerin kış aylarındaki kötü hava şartlarından dolayı faaliyette bulunmak için uygun ve yeterli olmadığını, restorasyon çalışmalarının bir an önce bitirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. İşletmelerin çoğunluğu kış döneminde yalnızca hafta sonu işletmelerini açtıklarını ifade etmiştir. İşletmelerin yılın 12 ayı hizmet verebilmesi için ne yapılması gerektiği sorusuna 5 katılımcı restorasyon çalışmalarının bitirilmesi gerektiği şeklinde cevap vermiştir. Diğer katılımcılar daha fazla tanıtım yapılması gerekliliğine işaret etmiştir.

*Katılımcıların ürünleri yerelden temin edip etmemelerine yönelik görüşleri:* 8 katılımcı işletmelerinde kullandıkları mandıra ürünlerini köyde bulunan çiftlik ve mandıra evinden temin ettiğini aynı zamanda hayvancılıkla uğraşmaya devam eden yerel halktan da ürün aldıklarını ifade etmiştir. 5 katılımcı çok yoğun dönemlerde peynir, kaymak, tereyağı, yumurta gibi ürünleri süpermarketlerden almak zorunda kaldıklarını belirtmiştir.

Bir katılımcı işletmesinde kullandığı tüm ürünleri yöreden temin ettiğini belirtmiştir. İşletme sahibi kaymak ve tereyağını kendisinin yapma imkanı varken mandıradan hazır aldığını çünkü kendi yaptığı ürünlerin müşteriler tarafından beğenilmediğini söylemiştir. Katılımcılardan 2'si yumurtaları kendi kümesinden, salatalık, biber ve domatesi de yazın kendi bahçesinden elde ettiğini söylemiştir. Kış aylarında ise sebzeleri süpermarketten temin ettiklerini bildirmiştir. Tezgahlarda sunulan ürünlerin önemli bir bölümü köye düzenli olarak gelen toptancılardan temin edilmektedir. El işi ürünlerini katılımcıların ya kendisi yapmakta ya da akraba/komşularına yaptırmaktadırlar.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada kırsal turizmde faaliyet gösteren turistik işletme sahiplerinin bu turizm şekline yönelik görüşlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında Bursa Cumalıkızık'ta faaliyet gösteren işletme sahiplerinden görüşme yöntemi ile veri elde edilmiştir. Araştırma bulgularına göre turistik işletme yöneticilerinin kırsal turizme yönelik olumlu görüşler bildirdiklerini söylemek

mümkündür. Kırsal turizmle birlikte köylerine gelen yerli ve yabancı turistler sayesinde gelir elde ettikleri için bu durumu desteklemektedirler.

Turistik işletme sahipleri, köylerinin UNESCO dünya Miras Listesi'nde olmasından ve köylerinin bu şekilde tanınmasından memnun olduklarını bildirmişlerdir. Bununla birlikte SİT alanı olmasından dolayı işletmelerinde diledikleri şekilde tadilat yapamadıklarını ve faaliyet gösteremediklerini ifade etmektedir. Bu noktada yerel yönetim ile işletme yöneticileri arasında önemli bir iletişim sorunu olduğunu söylemek mümkündür. Öncelikli olarak yerel yönetimin işletme sahiplerini UNESCO, SİT alanı gibi konularda bilgilendirmesi ve bu alanların neden korunmasına ekstra özen gösterilmesi gerektiği mutlaka anlatılmalıdır. Bu kapsamda yapılan kaçak denetimlerin önemi paydaşlara doğru bir şekilde aktarılmalıdır. Yılmaz ve Gürol (2012: 30) kırsal turizmde faaliyet gösteren işletmelerin bu amaca hizmet edecek bir şekilde doğaya uygun ve çevre dostu olması gerektiğinden söz etmektedir. İşletmelerin yalnızca kuruluş aşamasında değil faaliyetleri esnasında da dönemsel olarak denetimlerinin gerçekleştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Yerel yönetimin işletme sahiplerinin turizmin önemli bir paydaşı olduğunu göz önünde bulundurarak işbirliği içerisine girmesi gerekmektedir. Bu konuda yapılması gereken en önemli unsur turistik işletme sahiplerinin dinlenerek sorunlara birlikte çözümler getirilmesi gerekliliğidir. Bununla birlikte çözüm üretme noktasında yerel yönetimin paydaşlara da görevler düştüğünü açıklaması gerekmektedir. Yerel yönetimin aynı zamanda tuvalet, otopark, genel alan temizliği gibi konulardaki faaliyetlerini daha düzenli bir şekilde yerine getirmesi ve yine bu konuda nasıl davranılması gerektiği konusunda paydaşları eğitmesi gerekmektedir.

Katılımcılar köylerinde yaşayan özellikle genç nüfusun kırsal turizme katılmasını desteklemektedir. Ayaz vd. (2012: 108) turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmalarında katılımcıların yarısına yakınının kırsal alanda faaliyet gösteren bir turizm işletmesinin patronu olmak istediklerini ortaya koymuşlardır. Ayrıca öğrencilerin %25'inin yönetici, %9.8'inin işgören olarak kırsal turizm işletmelerinde çalışmaya gönüllü oldukları belirlenmiştir. Dolayısıyla turizm eğitimi alan genç bireylerin kırsal turizme yönelik ilgilerinin arttığını söylemek mümkündür. Buradan hareketle Bursa Cumalıkızık ilçesinde üniversitelerin turizm bölümlerinin açılması bu ilgiye olan desteği artırma noktasında etkili olabilir. Bunun yanı sıra yabancı dil ve çeşitli meslek kursları ile genç nüfusun gelişimine destek olunabilir. Böylelikle köyün ürün satın alma ve işgücü konusunda dışa bağımlılığı azaltılmış olacak ve aynı zamanda yerel ekonominin daha fazla canlanmasına katkıda bulunulacaktır. Bu kurslar kapsamında işletme sahiplerinin turist davranışı konusunda da eğitilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Çolak'a (2009: 67) göre kırsal kalkınmanın hızlandırılmasında önemli bir rol oynayan unsurlardan biri kırsal işgücünün eğitim düzeyinin

iyileştirilmesidir. Örneğin turizm işletme sahiplerinin yabancı dil bilgisine sahip olması kırsal alanların kalkınmasında önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Katılımcılar kendilerine fırsat sunulması halinde (tadilat, restorasyon gibi) turistlere daha iyi hizmet verebileceklerini söylemektedir. Ahipaşaoğlu ve Çeltek (2006: 74) kırsal turizmdeki kaynakların devamlılığının sağlanması amacıyla restorasyon çalışmalarının doğal çevreyi koruma altına alma noktasında önemli olduğunu vurgulamaktadır. Kırsal turizmde tarihsel yapılardan yararlanıldığı için bölgenin sürekli olarak iyileştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Soykan, 2006: 75). Dolayısıyla Cumalıkızık'ta faaliyet gösteren işletmelerin UNESCO Dünya Miras listesine girmelerine olanak tanıyan kaynaklarını sürekli iyileştirme yöntemi ile korumaları ancak bunu yaparken bu konudaki kriterleri göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Bir diğer deyişle turizm işletmeleri yerel yönetimin belirlediği uygulamalar çerçevesinde restorasyon işlemlerini gerçekleştirmeleri gerekmekte, yerel yönetimin de işletme sahiplerinin bu konudaki farkındalığını arttırmaları gerekmektedir.

Köye gelen turist sayısını (özellikle yabancı turistler) oldukça az bulan katılımcılar köy tanıtımının artırılması gerektiğini ifade etmektedir. Yerel yönetim köyün tanıtımını yapabileceği gibi aynı zamanda tanıtıma katkıda bulunacak dizi, film vb. çekimlerini de desteklemesi gerekmektedir.

Katılımcılar turistlerin köyelerine gelmelerinde otantikliğin önemli bir rolü olduğu görüşündedirler. Bununla birlikte otantik yapının korunmasında yalnızca yerel yönetime iş düşmemekte bu konuda turistik işletme sahiplerinin de destek sağlaması gerekmektedir. Ürünleri pahalıya satmamak, turistlerin önünde kavgaya etmemek, ürünlerin mümkün olduğunca yerel olmasını sağlamak gibi konularda işletme sahiplerine de önemli görevler düşmektedir. Katılımcıların müşterilerine çoğunlukla yerel ürünleri sunmaktan ziyade bu ihtiyaçlarını süpermarketlerden karşıladıkları tespit edilmiştir. Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül (2013: 6) Gelveri'de faaliyet gösteren konak sahiplerinin de müşterilerine bölgeye özgü yiyecek-içecek ürünlerini tam anlamıyla sunmadıklarını tespit etmiştir. Dolayısıyla kırsal alanlardaki otantikliğin turistlere yansıtılması noktasında işletme sahiplerinin hizmet sunumlarında daha fazla yerel ürünlere yer vermesi gerekmektedir.

Çalışmanın sağladığı katkıların yanı sıra bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma Bursa Cumalıkızık'ta faaliyet gösteren işletme sahipleri ile sınırlıdır. Gelecek araştırmalar destinasyon yaşam dönemini dikkate alarak farklı yöreleri ele alabilir. Araştırmada veri toplamak amacıyla nitel bir yöntem olarak görüşmeden yararlanılmıştır. Diğer araştırmalar gözlem gibi nitel tekniklerin yanı sıra nicel teknikleri de birleştirerek çoklu analizler gerçekleştirebilir. Gelecek araştırmalar kırsal turizmin diğer önemli paydaşlarını da dahil edebilirler.

**KAYNAKÇA**

- Abdollahzadeh, G. ve Sharifzadeh, A. (2014). "Rural Residents' Perceptions Toward Tourism Development: A Study From Iran", *International Journal of Tourism Research*, 16, 126-136.
- Ahipaşaoğlu, S. ve Çeltek, E. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akbar, S. N.A., Zahari, M.S.M. ve Dusi, D. D. (2016). "Is Rural Tourism Important To Malaysian Tour Operators?", *Tourism, Leisure and Global Change*, 3, 153-162.
- Ashley, C., Brine, P.D., Lehr, A. ve Wilde, H. (2007). *The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity. Corporate Social Responsibility Initiative Report No.23*. Cambridge: MA: Kennedy School of Government, Harvard University.
- Avcıkurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2008). *Kırsal Turizm, İçinde Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (Ed. Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ayaz, N., Yeşiltaş, M. ve Türkmen, F. (2012). "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açıkları ve Algıları Üzerine Bir Araştırma", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 103-112.
- Ayazlar, R. A. (2017). "Kırsal Turizmde Yerel Halkın Tutumu", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 53-69.
- Aydın, O. (2012). "AB'de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye'de Kırsal Turizm", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 39-46.
- Azimi, F. (2015). "The Priorities of The Government's Role in Rural Tourism Development in Tehran Province (From Local People, Tourists And The Authorities' Point of View)", *American Journal of RuralDevelopment*, 3(1), 1-4.
- Briedenhann, J. ve Wickens, E. (2004). "Tourism Routes As A Tool For The Economic Development of Rural Areas—Vibrant Hope or Impossible Dream?", *Tourism Management*, 25(1), s. 71–79.
- Byrd, E.T., Bosley, H. E. ve Dronberger, M. G. (2009). "Comparisons of Stakeholder Perceptions of Tourism Impacts in Rural Eastern North Carolina", *Tourism Management*, 30, 693-703.
- Cawley, M. ve Gillmor, D. A. (2008). "Integrated Rural Tourism:: Concepts and Practice", *Annals of Tourism Research*, 35(2), 316–337.
- Chazapi, K. ve Sdrali, D. (2006). "Residents' Perceptions of Tourism Impacts on Andros Island, Greece", *Sustainable Tourism*, 197, 127–136.
- Chuang, S.-T. (2013). "Residents' Attitudes Toward Rural Tourism in Taiwan, A Comparative Viewpoint", *International Journal of Tourism Research*, 15, 152-170.

- Chun-Chu, L. (2005). "Residents' Attitudes to Rural Tourism Development in South Taiwan", *Journal of Applied Sciences*, 5(8), 1361-1368.
- Çeken, H., Karadağ, L. ve Dalgın, T. (2007). "Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma", *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1-14.
- Çolak, O. (2009). *Turistik ürün çeşitlendirme kapsamında kırsal turizm ve kırsal turizm işletmeciliği: Şirince örneği*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Turizm Anabilim Dalı.
- DPT (2006). Ulusal Kalkınma Stratejisi, [www.ekonomi.name](http://www.ekonomi.name), Erişim Tarihi: 17.10.2017.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S. (2013). "Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanımı: Gelveri Örneği", *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6-11.
- Drăgulănescu, I.-V. ve Druțu, M. (2012). "Rural Tourism for Local Economic Development. International Journal of Academic Research in Accounting", *Finance and Management Sciences*, 2(1), 196-203.
- Eren, R. ve Aypek, N. (2012). "Kırsal Turizm Bölgesinde Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Karşı Tutumları: Cumalıkızık Köyü Örneği", *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 43-47.
- Ertuna, B., Güney, S., Güven, Ö. ve Aydemir, N. (2012). "Yerel Halkın Kırsal Turizm Gelişimine Katılma İsteğini Etkileyen Unsurlar: Kastamonu Örneği", *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 59-66.
- Fleischer, A. ve Felsenstein, D. (2000). "Support For Rural Tourism Does It Make A Difference", *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1007-1024.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman.
- Getz, D. ve Carlsen, J. (2000). "Characteristics And Goals of Family And Owner-Operated Businesses in The Rural Tourism And Hospitality Sectors", *Tourism Management*, 21, 547-560.
- Karasar, N. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 18. Baskı, Nobel Yayın: Ankara.
- Kruja, D. ve Hasaj, A. (2010). "Comparisons Of Stakeholders' Perception Towards The Sustainable Tourism Development And its Impacts in Shkodra Region (Albania)", *Turizam*, 14(1), 1-12.
- Othman, F., Sazali, F. ve Mohamed, B. (2013). "Rural And Community Based Tourism Development in Malaysia: Prospects For Homestays As A Social Economy Enterprise", *TEAM Journal of Hospitality and Tourism* . 65-76.
- Rid, W., Ezeuduji, I.O. ve Haider, U.P. (2014). "Segmentation By Motivation For Rural Tourism Activities in The Gambia". *Tourism Management*. 102-116.

- Soykan, F. (1999). "Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10, 67-75.
- Soykan, F. (2006). Avrupa'da kırsal turizme bakış açısı ve kazanılan deneyim, *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 20-22 Nisan 2006, 71-87.
- Torun, E. (2013). "Kırsal Turizmin Bölge İnsanına Katkıları", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(24), 31-37.
- Trunfio, M., Petruzellis, L. ve Nigro, C. (2006). "Tour Operators and Alternative Tourism in Italy. Exploiting Niche Markets to Increase International Competitiveness", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 426-438.
- Uçar, M., Uçar, H., Kurnaz, A. ve Kurnaz, H. A. (2012). "Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi ve Fethiye Örneği", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 75-82.
- UNWTO (2002). Rural tourism in Europe: Experiences and perspectives, <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ruralt-sem-2002-concl.pdf> Erişim Tarihi: 17.10.2017
- Yılmaz, G. Z. Ve Gürol, N. K. (2012). "Balıkesir İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 23-32.