

TARIM-TURİZM İLİŞKİSİ ve TRAKYA'DA TARIMA DAYALI TURİZM İŞLETMECİLİĞİ (KIRSAL TURİZM)

Doç.Dr.Derman Küçükaltan *

1. GİRİŞ

Türkiye ekonomisindeki büyümenin özellikle son 20 yıldaki profili değerlendirildiğinde, en önemli iki sektörün sanayi ve hizmetler olduğu görülür. Yalnızca hizmet sektörü açısından bakıldığında ise turizmin, bankacılık ile birlikte bu dönemde hızla büyüyen sektörlerden olduğunu kolayca görmek mümkündür. Özellikle turizm yarattığı döviz arzı, ödemeler bilançosundaki etkisi, sağladığı istihdam, diğer sektörlerle katkıları açısından diğer sektörlerle karşılaştırıldığında ekonomide son derece önemli bir paya ulaşmıştır. Bu durum uzun yıllardır ülke ekonomisinde büyük paya sahip bulunan tarımın, toplumda sanayi ve turizme ikâme edildiği düşüncesinin yerleşmesine neden olmuştur.

Oysa özellikle Avrupa kıtasındaki sanayileşmiş ülkelerin büyük çoğunluğunun ekonomileri incelendiğinde, bu ülkelerin sanayi ülkesi olduğu kadar tarım ve turizm açısından da önemli paya sahip oldukları görülür. Nitekim günümüzde en önemli sanayileşmiş ülkelerden olan Almanya, Fransa, İtalya, A.B.D., değişik turizm olanakları ile önemli ölçüde turizm gelirleri sağlarken, tarım veya tarıma dayalı sanayi ürünleri ile dünya ticaretinde rol oynamaktadırlar.

Diğer taraftan dünyada turizm talebinin gelişme trendi incelendiğinde, talebin deniz-kum-güneş üçgeninden, yeşil alanlara kaydığı görülmektedir. Bu noktada tarıma dayalı turizm işletmeciliğinin, bir başka deyişle kırsal turizmin de öneminin artmaya başlamıştır. Nitekim Turizm Bakanlığının da, 1990'lı yılların ortasında başlattığı turizmi çeşitlendirme projesi kapsamına kırsal turizmi de aldığı görülmektedir.

Bu çalışmada tarım-turizm ilişkisi üzerinde durularak, kırsal turizmin tarım ağırlıklı bölge olan Trakya'daki geliştirilebilirliği irdelenmiştir.

2. Materyal ve Yöntem

Bu çalışmada öncelikle değişik bilimsel kaynaklar ve istatistiksel verilerden yararlanılmıştır. Ayrıca tarım-turizm ilişkisinin boyutlarını ortaya koymak amacıyla 1999 yılında İstanbul'daki başlıca 4 ve 5 yıldızlı otellerde yürütülen anket çalışması da sunulmuştur. Çalışmanın İstanbul'daki otellerde yürütülmesinin nedeni, sözkonusu otellerin kent otelleri konumunda olmaları nedeniyle, tüm bir yıl turizm talebinin yöneldiği işletmeler olmalarıdır.

3. TURİZM KAVRAMI ve KAPSAMI

Kökeni Fransızca "tourner" fiiline dayanan turizmin birçok tanımı yapılmıştır. Yapılan ilk tanımlarda turizmin daha çok gezip, görme ve eğlenme amaçları ağırlık taşıırken, günümüzde yapılan tanımlarda artık bu amaçların ekonomik boyut taşıdığı görülmektedir. Turizmin tanımındaki bu özellik, her seyahatin turizm çerçevesinde değerlendirilemeyeceğinin de bir göstergesini oluşturmaktadır. Bunun örneğini ise 1963 yılında Roma'da gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Turizm ve Uluslararası Seyahat Konferansı'nın genelgesinde bulabilmek mümkündür. Genelge, yolcuların seyahatinde iki kriterin önemini ortaya koyar: Seyahat nedeni ve gidilen yerdeki ikâmet süresi. Bu iki kriter çerçevesinde meslekleri gereği bir başka ülkeye gidenler, siyasi sığınmacılar ve bir ülkeden transit geçenleri "turizm" kapsamında değerlendirmek doğru bir yaklaşım sayılmamaktadır.

Aynı genelgeye göre gidilen yerdeki ikâmet süresi de ziyaretçileri iki gruba ayırmaktadır. Birincisi ziyaret ettikleri bir mahalde gecelemeyenler (günübirlikçiler), ikincisi ise en az bir geceleme yapanlardır. Gittikleri ülkede en az bir geceleme yapanları genelde "uluslararası turist" olarak da nitelendirmek mümkündür (Py:1996).

1991 yılı Temmuz ayında Kanada'nın Ottawa kentinde yapılan Dünya Turizm Örgütü (WTO) Konferansı'nda "Turizm İstatistik Komisyonu" nun ortaya koyduğu ilkeler, 4 Mart 1993 tarihinde yapılan Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu kararlarının da temelini atmıştır. Buna göre turizm "kişilerin bir yılı aşmamak koşuluyla belli

* Trakya Üniv. İİBF İşletme Böl. Turizm İşletmeciliği A.B. Dalı Başkanı-EDİRNE

bir dönem için boş zamanlarını değerlendirmek, iş ve diğer nedenlerden dolayı sürekli yaşadıkları yerlerin dışına seyahatleri” olarak tanımlanmıştır. Bu tanım çerçevesinde yapılan yoruma göre, bir yılı aşmamak üzere yapılan iş seyahatlerinin de “turizm” kapsamında sayılabileceğidir. Gerçekten de günümüzde ekonomik potansiyeli olan dünya kentlerine işadamlarınca yapılıp, başta oteller olmak üzere turistik işletmelerce üretilen mal ve hizmetlerin talep edilmesi turizm olayının özü ile uygun düşmektedir.

Tüm bu verilerden hareketle turizm, “kişilerin devamlı yerleşmemek şartıyla, politik ve ticari amaç gözetmeden yalnız merak, din, zevk, spor, eğlence, öğrenim, sağlık, dinlenme ve kültürel nedenlerle kişisel ya da toplu olarak 24 saatten fazla bir süre ile turizm endüstrisi kurumlarından da yararlanarak yaptıkları faaliyetin bütününe denir” (Başol:1997).

Yukarıdaki tanımdan da anlaşıldığı gibi, seyahat olayına katılan herkesi “turist” olarak nitelendirmek doğru bir yaklaşım değildir. Diğer bir deyişle yapılan her seyahati, turizm olayı çerçevesinde değerlendirmemek gerekir. O halde seyahatin turizm boyutu taşıyabilmesinin, yukarıdaki tanımlar ışığında kriterleri şöyle belirlenebilir:

- Kişinin sürekli ikâmet ettiği yerde katılacağı seyahat, bu seyahatin turizm amaçlı olduğunu göstermez.
- Kişi yapacağı seyahatlerde doğrudan politik ve ticari gaye gözetmemelidir. Burada “doğrudan” kelimesi ile vurgulanan, kişinin gittiği yörede para biriktirme, az para harcama gibi dürtülerinin olmaması, diğer bir deyişle yörede para harcama arzusunu minimize etmemesidir. Aksi halde işadamlarının fuar ve sergilere işleri nedeniyle katılmaları, diplomat ve politikacıların bir yöre veya ülkeye yapmış oldukları seyahatlerde turizm amacı taşımakta ve başlıca turizm türleri içerisinde de sınıflandırılabilir.
- Seyahatin turizm çerçevesinde değerlendirilmesinin bir koşulu da, gidilen yerde en az 24 saat kalınmasını, yani en az bir gece konaklanılmasınıdır. Bu farklılık da turisti, günübürlükçiden ayıran özelliktir.
- Seyahatin yalnızca ikâmet edilen, sürekli yaşanılan yer dışına yapılması da bu seyahatin turizm amacı taşıması için yeterli bir neden değildir. Kişinin aynı zamanda gittiği yöre veya ülkede turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetleri talep etmesi, turizm endüstrisine doğrudan ve dolaylı bağlı bulunan kurumlardan da yararlanması gereklidir. Turizm endüstrisine doğrudan bağlı başlıca işletmeler olarak konaklama tesisleri, lokantalar, ulaştırma kuruluşları, seyahati pazarlayan ve satan kurumlar (tur operatörleri, seyahat acentaları), havalimanlarındaki gümrüksüz satış mağazaları (free shoop) sayılabilir. Bu işletmelerin başlıca özellikleri ticari faaliyetlerin temelinde turizm olayının bulunması, hedef kitlelerin öncelikle turistler olmasıdır. Turizm endüstrisine dolaylı bağlı işletmeler arasında çay bahçeleri, büfeler, çeşitli mağazalar gibi hedef kitesini o yörede yaşayan herkesin oluşturduğu, aynı zamanda yerli halk yanında, yabancılara da hizmet veren yerler sayılabilir. Kişilerin doğrudan ve dolaylı işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetlerden yararlanması, gidilen yörede ekonomik canlılık yaratmalarına neden olmakta, bu da turizmin tanımıyla özdeşleşmektedir.

4. TARIM-TURİZM İLİŞKİSİ ve TARIMA DAYALI TURİZM İŞLETMECİLİĞİ: KIRSAL TURİZM

4.1 Tarımın Tanımı ve Kapsamı

Tarım dar anlamda bitkisel ve hayvansal üretim olarak tanımlanmaktadır. Tarımın geniş anlamdaki tanımı ise tarımsal üretim dışında tarım ürünlerinin işlenmesi, girdilerin üretimi ve ürünlerin tüketicilere satışı gibi tarımsal üretim ve pazarlama sürecindeki birbirini izleyen tüm faaliyetleri içerir.

Ekonomide her üretimin olduğu gibi, tarımsal üretimin de başlıca özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir (İnan:1994):

- Tarımda iş ve aile yaşantısı bir bütündür.
- Tarımsal üretim doğal koşullara bağlıdır.
- Tarımsal üretimin risk ve belirsizlikleri çoktur.
- Tarım kesimi belirli ölçüde kendine yeterlidir.
- Tarımsal üretim birimleri genelde küçük aile işletmeleridir.
- Tarımsal üretim kesikli ve mevsimseldir.
- Tarım ürünlerinde talep ve arzın fiyat esneklikleri düşüktür.
- Tarımsal üretimin ve piyasanın kontrolü sınırlıdır.
- Tarım kesiminde eğitim ve gelir düzeyi düşüktür.

İçerisinde ormancılık ve hayvancılığı da kapsayan geniş bir kavramı ifade eden tarım, dar anlamda içerisinde sebze, meyve ve tarla ürünlerini (tahıllar, baklagiller, endüstri bitkileri, yağlı tohumlar ve yumru bitkiler) kapsayan bir sektördür.

4.2 Tarım-Turizm İlişkisi ve Tarımsal Ürünlerin Turizm Amaçlı Kullanılmasına Yönelik Bir Ampirik Çalışma Örneği

Daha önce de belirtildiği gibi hizmetler sektörü içerisinde yer alan turizm sektörü, taşıdığı bazı özellikler nedeniyle tarım sektörü ile bazı benzerlikleri bulunmaktadır. Bu benzerliklerin yanında her iki sektör farklı özellikler taşımaktadır.

Tarımın ve turizmin ortak yönleri şu şekilde sıralanabilir:

- Tarımda olduğu gibi, turizm sektöründe de dönemsel üretim söz konusudur. Her tarım ürününün ekildiği bir ay bulunmaktadır. Turizmde ise talep, seyahatin nedenine göre dönemsellik arz eder. Örneğin kış turizmini talep edenler Ocak ve Şubat aylarını tercih ederlerken, sahil şeritlerini tercih edenlerin genellikle Temmuz ve Ağustos aylarında yoğunluk yarattıkları görülmektedir.
- Tarım ve turizm sektörlerinde talebi etkileyen en önemli kriter doğa koşullarıdır. Yaz aylarında tüketicinin (turistin) turizm olayına katılmasının temel unsuru gidilen yöredeki güneşlilik derecesi ve deniz suyu sıcaklığı iken, kış aylarında kar kalınlığı dikkate alınmaktadır.
- Tarımda olduğu gibi, turizm sektöründe de risk ve belirsizlik çoktur. Ancak tarımda risk çoğunlukla iklim koşulları ile orantılı iken, turizmde doğal koşullar ile birlikte, yöre veya ülkedeki ekonomik, politik ve sosyal konjonktürdeki olumsuz gelişmeler talebi hemen etkileyebilmektedir.

20. yüzyılın sonunda tarımın ve ormancılığın ülke ekonomilerindeki payının giderek azaldığı, devlet destekleri ile canlandırılmaya çalışıldıkları görülmektedir. Son yıllarda dünyada giderek gelişen teknolojik yenilik, diğer sektörlerde olduğu gibi, tarımsal ve turistik talebi de kuşkusuz olumlu yönde etkilemektedir. Ancak teknolojinin getirdiği olumlu gelişmeler, zaman zaman her iki sektör için olumsuzluk unsuru da olabilmektedir. Örneğin 1986 yılında Sovyetler Birliği'ndeki Çernobil nükleer kazası ve beraberindeki anti-propaganda kampanyaları, Türkiye'nin sınırları ve iradesi dışında gerçekleşmesine rağmen turizm talebini olumsuz yönde etkileyebilmiştir. Yine bu olay Türkiye'nin bir kesiminde üretim, pazarlama ve tüketim açısından tarım sektörü aleyhine gelişmiştir. Aynı şekilde çarpık sanayileşmenin yarattığı olumsuz çevre koşulları tarım alanlarını ve turizm için son derece gerekli doğal çekicilik unsurlarını da yok edebilmektedir.

Turizmin tarım ile çakışan ortak yönler yanında, belirgin farklılıklar taşıyan özellikleri de bulunmaktadır. Bu farklılıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Tarımsal alanlarda üretim aile işletmeciliği şeklinde gerçekleşirken, turizm işletmelerinde üretimin büyük kısmı ulusal ve uluslararası ölçekli işletmelerce gerçekleştirilmektedir.
- Tarım ürünlerinde talep ve arzın fiyat esneklikleri düşük olmasına rağmen, turizm ürününde esneklik oldukça fazladır. Diğer bir deyişle tarımsal üretimdeki mallar düşük maliyetli, turizm ise çoğunlukla sıfır maliyetli (güneş, kum, deniz) ürünlerin pazarlanmasını amaçlar.
- Tarım sektöründe mal üretimi sözkonusu olduğu halde, turizm endüstrisinde üretilen ve sunulan temel unsur hizmettir. Üretilen ve sunulan hizmet turizm işletmelerince günün 24 saatinde gerçekleştirildiği halde, tarımsal üretimin böyle geniş bir zaman diliminde gerçekleştirilmesi çok güçtür.
- Hemen hemen her ülkede tarım kesiminde eğitim düzeyi düşük olmasına rağmen, bir hizmet endüstrisi olan turizmde -turizm eğitimi- işgören istihdamının fazla olması daha çok önem taşımaktadır. Ancak daha önce de belirtildiği gibi, Turizm Bakanlığı'nın Türkiye genelinde 1989 ve 1993 yıllarında yaptığı bir çalışmaya göre özellikle konaklama işletmeleri ve restoranlarda turizm eğitimi almamış personel istihdamının arttığı tespit edilmiştir.

Dünyada giderek artan nüfus, gelişen teknoloji ve kaynakların sürekli kıt hale gelmesi tarım, sanayi ve hizmet üretiminin yapıldığı alanların her üç sektör arasında dengesiz kullanımını da beraberinde getirmektedir. Oysa insanların sürekli değişen ihtiyaçları her üç üretimin birbirinin alternatifi değil, birbirinin tamamlayıcısı olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun en başta gelen örneği tarıma dayalı sanayi ürünlerine olan talep artışıdır. Bu artışın nedenleri arasında hammadde tarım ürünleri olan sanayi işletmelerinin giderek çoğalması ile bu işletmelerin ürünlerine olan talebi saymak mümkündür.

Dünyadaki teknolojik gelişme sektörlerin birbirleriyle entegrasyonunu da sağlamıştır. Tarıma dayalı ya da tarımsal sanayi alanında faaliyet gösteren işletmeler gibi, tarıma dayalı turizm faaliyetinde bulunan işletmelerin özellikle Avrupa'da giderek yaygınlaştığı gözlenmektedir. Böylece "kırsal turizm" olarak da isimlendirilen yeni bir turizm türü de ortaya çıkmıştır. Örneğin Avrupa kıtasında 1996 yılı itibarıyla turizm gelirleri açısından

(28.241 milyon dolar) İspanya'dan sonra ikinci, gelen turist sayısı bakımından ise (61.500 bin kişi) ilk sırada yer alan Fransa'da tarımın ekonomideki ağırlığı turizme oranla fazladır (Tablo:1).Bu nedenle Fransa tarım alanlarını turizm amaçlı değerlendirmeyi hedeflemiş, 1992 yılından itibaren Bölgesel Ziraat Odaları bünyesinde turizm şubeleri oluşturulmuştur.

Tablo:1 Fransa'da Turizmin, Diğer Sektörlerle Karşılaştırılması (1992)

Sektör Adı	Gelir (milyar frank)
Tekstil ve konfeksiyon	69.0
Ulaştırma	124.6
Elektrik ve elektronik	154.3
Turizm	186.7
Tarım, Ormanlık, Balıkçılık	197.3
İnşaat	367.5

Kaynak: Le Compte du Tourisme:1992, La Ministere du Tourisme, 1993.

Turizm sektöründeki temel işletmelerden birisi olan konaklama işletmeleri tarımsal, hayvansal ve tarıma dayalı sanayi ürünlerini büyük ölçüde talep etmektedirler. Özellikle işletme ölçeğinin büyüklüğü, bu ürünlere olan talep fazlalığını ortaya koymaktadır. Örneğin 4 ve 5 yıldızlı oteller ile tatil köylerinin turistlere her öğün için sundukları açık büfe hizmeti, söz konusu otellerin tarım ürünlerine ne kadar gereksinim duyduklarının bir göstergesidir.

Bunun bir örneğini de amaç, sınırlılık ve yöntem gibi araştırma metodolojisi aşağıda sunulmuş bir ampirik çalışmada görmek mümkündür (Küçükaltan:1999).

■ **Amaç:** Araştırmanın öncelikli amacı tarımsal ve hayvansal besinler ile tarıma dayalı sanayi ürünlerinin, turizmin temel unsurlarından konaklama işletmeleri için önemini ortaya koymak ve ortalama talep miktarlarını belirlemeye çalışmaktır. Böylece turizmin, tarım ve sanayinin ikâmesi değil, tamamlayıcısı olduğunu saptamaktır.

■ **Sınırlılık:** Araştırma İstanbul'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı toplam 10 konaklama işletmesinde yürütülmüştür. Araştırmaya İstanbul'daki otellerin alınma nedeni ise, bu otellerin "kent otelleri" olması nedeniyle yılın 12 ayı turizme hizmet verebilmeleri, dolayısıyla söz konusu ürünleri talep miktarının sağlıklı bir şekilde saptanabilmesidir.

1999 yılının Mart ayında yapılan araştırma kapsamındaki denek oteller şunlardır: Hyatt Regency, Polat Renaissance, Princess, Holiday Inn C.P., Dedeman, Çınar, Eresin, Merit Antique, Merit Halki Palace (Heybeliada), Konak.

■ **Yöntem:** Araştırma yöntemi olarak, denek işletmelere bir bilgi formu dağıtılarak, bu formun işletmelerin ilgili departman sorumlularınca yanıtlanması istenilmiştir (Bkz.Ek:1). Ayrıca yüz yüze görüşme tekniği ile işletmelerdeki cost controller veya muhasebe yöneticilerinin verdikleri bilgi ve dokümanlarından da yararlanılmıştır.

Araştırma kapsamındaki işletmelerde 1 yılda (1998 yılı içerisinde) tüketilen tarımsal, hayvansal ve tarıma dayalı sanayi ürünlerinin miktarı belirlenerek, aritmetik ortalama ve medyan ortalama alınarak, yorumlanmıştır (Tablo:2). Bunun nedeni seride ekstrem değerlerin varolmasıdır.

Tablo:2 İstanbul'daki Bazı 4 ve 5 Yıldızlı Otellerde Tüketilen Tarım ve Tarıma Dayalı Sanayi Ürünlerinin Betimsel İstatistikleri (1998)

Ürün Adı	İşletme Sayısı	Enaz Tüketim Miktarı	Ençok Tüketim Miktarı	Aritmetik Ortalama	Medyan Ortalama
Bira (Şişe/hafta)	9	75	19500	2608.889	400
Domates (Kg./hafta)	10	50	1960	509.300	360
Ekmek (Adet/hafta)	10	245	16000	4682.900	2002
Et (Kg./hafta)	10	126	3710	955.700	503
Meyve (Kg./hafta)	10	25	3178	1228.500	1055
Patates (Kg./hafta)	10	50	1042	411.600	367
Rakı (Şişe/hafta)	10	10	650	114.900	43
Salça (Kg./hafta)	10	15	670	98.500	34
Şarap (Şişe/hafta)	10	15	950	266.400	146
Yumurta (Adet/hafta)	10	340	16770	5698.200	4149

Yukarıdaki tabloda, İstanbul'daki bazı 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde başlıca gıda maddelerinin haftalık tüketim miktarları verilmiştir. Görüldüğü gibi gıda maddelerinin bir kısmı tarım, bir kısmı ise tarıma dayalı sanayi ürünleridir. Bunun nedeni turizmin, tarım ve tarıma dayalı sanayi ürünlerine yönelik etkisini saptayabilmektir.

Tabloya göre en fazla tüketim, medyan ortalamasına göre bir hayvansal ürün olarak yumurtadır. Bunun nedeni yumurtanın yalnızca doğrudan değil, dolaylı kullanılabilen (kek, pasta vb. hamur işleri) bir gıda maddesi özelliği taşımasıdır. Yumurtayı sırasıyla ekmek ve meyve tüketimi izlerken, tarıma dayalı sanayi ürünü olan içkilerde en fazla tüketimin birada gerçekleştiği, biradan sonra şarap ve rakının tüketildiği gözlenmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi, 4 ve 5 yıldızlı otellerin müşteri kitlesinin çoğunluğunun yabancılardan oluşmasından dolayı, rakı dışındaki içkilerin bu ülkelerde de en çok tüketilen içkilerden olmasından kaynaklanmaktadır.

4.3. Tarıma Dayalı Turizm İşletmeciliği: Kırsal Turizm Kavramı ve Kapsamı

Dünyadaki hızlı nüfus artışı, yoğun kentleşme ve sanayileşme artan çevre sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Bunun çevre üzerindeki en olumsuz etkisi elverişli tarım alanlarının, sanayi ve turizm işletmeleri ile doldurulmasıdır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde görülen bu uygulama beraberinde doğal kaynakların tahribatını da yaratmaktadır.

Günümüzde ülkeler artık yalnızca döviz kazanma yollarını aramamakta, tam tersine turizmin tam bir gelişim gösterebilmesi için doğal ve beşeri çevre ile ilişkileri düzenleme, bölge planlaması, mesleki gelişim ve tüketicilerin korunması gibi çalışmalara yönelmişlerdir (Lanquar:1983). Bu çalışmalar turizmin çevre ile uyumlu, başta tarım alanları olmak üzere, doğal kaynakları tahrip etmeksizin bir gelişim göstermesinin gerekliliğini de ortaya koymaktadır.

Kırsal turizm, tarımsal üretimin yoğun olduğu yörelerde gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Bunun nedeni kırsal turizmin katkısıyla üreticilere bir ek gelir kaynağı yaratmaktır. Böylece tarımsal üretimin turizm ile ikamesi yerine, turizm ile bütünleştirilmesi amaçlanmaktadır.

Daha önce yapılan turizm tanımındaki temel prensipler de dikkate alındığında, kırsal turizmin tanımı şu şekilde yapılabilir: Kırsal turizm, "insanların devamlı ikâmet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyaretleri, buralardaki tarım üreticilerinin ürettikleri mal ve hizmetleri, yörenin doğal dokusuna uygun mekânlarda talep

ederek ve yörede para arttırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkilerin bütünüdür” (Küçükaltan:1997).

Yapılan bu tanım denemesinde üzerinde durulması gerekli en önemli hususlardan birisinin, tarım karakteri egemen olan bir yöreyi ziyaret edenlerin, yörenin doğal dokusuna uygun inşa edilmiş mekânlardan yararlanmalarıdır.

Diğer taraftan kırsal alanlara gelenlerin, yöresel ekonomiye katkı sağlayacak uğraşları talep etmelerini sağlayacak olanakların yaratılmasıdır. Böylece ziyaretçilerin daha fazla harcama yapmaları yörede turizmin çoğaltan etkisini de arttıracak, bu da yöre ekonomisini olumlu yönde etkileyecektir.

5. TRAKYA’DA KIRSAL TURİZM POTANSİYELİ

Trakya, genel olarak, tarımsal karakterin egemen olduğu bir yöredir. Nitekim Trakya’da faal nüfusun %70’i tarım, orman ve balıkçılıkla uğraşmakta olup, toplam alanın %88’i sulanabilir tarım arazisidir. Trakya’da tamamı bulunan illerin (Edirne, Tekirdağ, Kırklareli) ekonomilerinde tarımın büyük payı bulunmaktadır.

Tarımın Trakya’daki illerde önem taşımasına rağmen, Trakya’nın İstanbul’a daha yakın alanlarında ise (Çerkezköy, Çorlu, Muratlı, Lüleburgaz) yoğun sanayileşme hareketlerini görmek mümkündür. Bunda kuşkusuz 1995 yılında tamamı biterek hizmete giren TEM (Trans Europe Motorway) otoyolunun katkısı büyüktür. Çünkü bu otoyol sayesinde genel merkezleri İstanbul’da bulunan işletmelere yaklaşılmış, hammadde sağlama, pazarlama ve nakledilmesinde önemli avantajlar yaratılmıştır.

Trakya’da tarım ve sanayi sektörlerindeki bu profile rağmen, bölgede özellikle 1980 yılından sonra turizm sektörü de giderek önem kazanmaya başlamıştır. Aslında Trakya’da turizmin, ulaşım bağlantısının sağlanması koşuluyla gerçekleştirilebileceğinin ilk işareti 1965’lere dayanır. Haziran 1965’de Türk yetkililerinin teklifi üzerine OECD, daha önce bölgesel plânlama deneyimi bulunan Rennes Üniversitesi uzmanlarından oluşan “Association Bretonna de Géographic Appligée” ile yaptığı anlaşma çerçevesinde Türkiye’de Bölge Plânlama Projeleri hazırlatmıştır. Bu projelerden birisi de “Trakya İçin Ekonomik ve Sosyal Kalkınma Plâni” dir (MGK Gn.Sekr:1993).

Söz konusu plânın turizme ayrılan bölümünde, Trakya’daki turizm sektörü ana başlıklar halinde şöyle gruplanmıştır:

- A- Turist potansiyeli ve mevcut kullanım,
- B- Gelişme beklentileri ve turist yatırımı,
 - 1- Transit fonksiyonun kullanımı,
 - 2- Ulusal turizm,
 - 3- Konaklama biçimleri,
 - 4- Toplum yatırımları.

Yukarıdaki plânın belirlenmesinden sonra transit fonksiyonun kullanımı TEM otoyoluyla gerçekleşmiş ve Trakya’da iki ana temele dayanan turizm türü gelişmiştir: Deniz turizmi ve kültür turizmi.

Tekirdağ ve çevresine (Marmara Ereğlisi, Kumbağ, Mürefte, Şarköy) deniz turizmi türünde yönelen turizm talebi, İstanbul-Şarköy aksında ikinci konut yapımını teşvik etmiştir.

Trakya’daki bir diğer il olan Edirne merkezi ise başta Selimiye Camisi olmak üzere değişik kültürel varlıkları (camiler, kervansaraylar, kapalıçarşılar, külliye, köprüler vb.) ve kültürel olayları (Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Hıdrellez) bünyesinde bulundurmasından dolayı kültürel turizm talebine sahne olmuştur. Edirne’nin Ege kıyısındaki Saros körfezinde ise, Tekirdağ’dakine benzer ikinci konut talebindeki artışı gözlemlemek mümkündür.

Trakya’da tamamı bulunan bir başka il Kırklareli merkezi ve Karadeniz kıyısındaki ilçelerinde ise ormanlık sahalar nedeniyle bakir kalmış yeşil alanlar daha fazla olup, ikinci konut yapımının İgneada dışında geliştiğini söylemek mümkün değildir.

Yukarıda belirtilen deniz ve kültür turizmi dışında Trakya’da orta vadede geliştirilebilecek bir başka önemli turizm türü de kırsal turizmdir. Trakya’nın kırsal turizm için avantaj oluşturabileceği üstünlükleri şu şekilde belirtilebilir:

- Turizmde uzaklık ile seyahat talebi arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Yani uzaklık artınca seyahat talebi azalmakta, uzaklık azalınca seyahat talebi artmaktadır. Trakya da fiziki anlamda İstanbul'a yakın olduğundan, İstanbul odaklı seyahatleri çekebilen özelliğe sahiptir. İstanbul'daki yoğun kentleşme, sanayileşme, çevre ve gürültü kirliliği, trafik vb. sorunlar İstanbul'da oturanları özellikle hafta sonları kentin stresinden uzak doğal alanlara itmektedir. Şile, Polonezköy, Sapanca, Maşukiye, Abant gibi yöreler bunlardan birkaçıdır. Ziyaretçilerin tüm gereksinimlerine cevap verecek kırsal turizm bölgeleri, bu bağlamda İstanbul odaklı ziyaretçi talebini çekebilecektir. Aslında halen kentten uzaklaşıp, doğa ile bütünleşme amacıyla Trakya'ya İstanbul'dan hafta sonları ziyaretçi akını yaşanmaktadır. Örneğin Kırklareli-Büyük Mandıra, Demirköy ve Dereköy'deki alabalık çiftlikleri, Tekirdağ (merkez) ve Çerkezmüsellim ile Edirne-Kırcasalih ve Yeniköy'deki et lokantaları İstanbul'dan veya Trakya'nın diğer kentlerinden hafta sonu ziyaretçi talebini arttırmaktadır.
- Daha önce de değinildiği gibi, Trakya tarımsal yapıda bir bölgedir. Ancak plânsız ve hızlı sanayileşme süreci Trakya'daki tarım alanlarını da olumsuz yönde etkilemektedir. Bu olumsuzluklardan başlıcaları ise tarım alanlarının giderek daralması ve ekolojik tahribatıdır. Dolayısıyla her üç ilde de kırsal turizm sayesinde tarım alanları korunurken, köy evleri otantik tarzda tefriş edilerek turizme kazandırılması sayesinde geliri giderek azalan çiftçilere de ek bir gelir kaynağı yaratılabilecektir.
- Bir yörede turizmin gelişmesinin öncelikli koşullarından birisini de yöre halkının turizme yaklaşımı oluşturmaktadır. Bir yörede halkı bilinçlendirmeden gerçekleştirilecek turizm olayı o yörede yaşayanların turiste ve turizme olumsuz davranmalarını, turisti kabullenmemelerini beraberinde getirecektir. Bu anlamda konuya yaklaşıldığında Trakya, Avrupa'ya en yakın yöre olmasının avantajını yaşamakta, halk ile turist arasında olumlu iletişimin geliştirilebileceği sosyal yapı bulunmaktadır.
- Trakya'da bazı kırsal yörelerin kendine özgü geleneksel uğraşları da bulunmaktadır (süpürgecilik, şarap üretimi, el sanatları vb.). Bu alanlarda kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte, yöresel etkinlikler daha iyi pazarlanıp, tanıtılacak ve böylece yöre insanının gelir kaynağı artmış olacaktır. Çünkü yapılan bilimsel çalışmalar, özellikle Avrupa'daki turizm talebinin genelde kentsel odaklı olmakla birlikte, yöresel etkinliklere eğilim gösterdiğini ortaya koymaktadır (Van der Borg&Custo:1992). Bu durum yakın gelecekte yöresel kültür etkinliklerinin önem kazanacağını da bir göstergesini oluşturmaktadır.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Tarımsal karakterin egemen olduğu Trakya'da, İstanbul'a ve Avrupa'ya olan kolay ulaşılabilirlik, sanayi sektörünün bölgede hızla gelişimine neden olabilmektedir. Bu hızlı ve çoğu yerde yanlış sanayileşme süreci, tarım alanlarının giderek azalması yanında, sanayi atıkları nedeniyle tarım ürünlerinde önemli boyutlardaki kirliliği beraberinde getirmektedir.

Avrupa'da talebin mavidenden yeşile kaydığı turizmde, kırsal turizm adı altında alternatif turizm hareketi, ülkelerdeki iç ve dış aktif talebin artmasına neden olmaktadır. Trakya'da kırsal turizm konusunda yapılabilecek başlıca çalışmalar şöyle sıralanabilir:

- 1- Turizm ve Tarım Bakanlıklarının işbirliğiyle, Trakya'da kırsal turizm alanında öncelikli yerler belirlenerek, Turizm Bakanlığı'nca "turizm bölgesi" olarak saptanmalıdır.
- 2- Edirne başta olmak üzere, Trakya'daki bazı İl Özel İdarelerinin parasal ve yönetsel destekleriyle sürdürülen kırsal kalkınma projeleri kapsamına, kırsal turizm projesi de eklenmelidir.
- 3- Kırsal kalkınma açısından önemli yeri bulunan ve çok amaçlı kooperatif türü olan Köy Kalkınma Kooperatifleriyle kırsal turizm konusunda işbirliğine gidilmeli, bu kooperatif yöneticileri bilinçlendirilmelidir.
- 4- Kırsal turizm projesine alınan yerlerde öncelikle yerli halkın bu konuda bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır. İkinci plânda üreticilerin yatırım veya işletme aşamasında gereksinim duyacakları kredi olanakları için düşük faiz ve uzun vade gibi cazip koşullar yaratılmalıdır.

KAYNAKÇA

Başol, K.; **Türkiye Ekonomisi**, Eskişehir, Anadolu Üniv. Yay., No:876, 1997.

Borg, V.D; Custo, P., "Tourism and Cities of Art," **Cooperation of European Cities in Europe (Paper Presented)**, April:9, Venice-Italy, 1992.

Küçükaltan, D.; "Trakya Ekonomisi İçin Bir Bölgesel Kalkınma Modeli:Kırsal Turizm," **7.Ulusal Bölge Plânlama Kongresi**, İzmir, Dokuz Eylül Üniv., 1997.

Küçükaltan, D.; "Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizm ve Türkiye'de Kırsal Turizm İşletmeciliği," (**Basılmamış Doçentlik Takdim Tezi**), 1999.

İnan, İ.H.; **Tarım Ekonomisi**, 3.Baskı, Tekirdağ, Hasad Yay., 1994.

Lanquar, R., **L'Economie du Tourisme**, Paris, Press Univ.de France, 1983.

Le Compte du Tourisme:1992, La Ministere du Tourisme, Paris, 1993.

Py, P.; **Le Tourisme: Un Phénomene Economique**, Paris, Documentation Française, 1996.

Türkiye'de Bölge Plânlamasının Evreleri, Milli Güvenlik Kurulu Gen.Sekr.Yay.,No:2, 1993.