

# Avrupa'daki Kırsal Bölgeler için Ulusötesi Tematik Turizm Stratejisinin Geliştirilmesinin Desteklenmesi

Escape2 projesi, zengin kültürel ve doğal mirasların varlığına rağmen, düşük düzeyde bir ekonomik büyümeyle birleşmiş dokuz Avrupa ülkesinin kırsal bölgelerini içeriyor. Bu nedenle, bunlar güçlü potansiyele sahip alanlardır, ancak şimdiye kadar değer biçilmeyen ve bölgelerin kendilerinin gelişimi için çok az kullanılan alanlardır.

**Proje Numarası: 2020-1-ES01-KA202-082418**

*Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriklerin onaylandığı anlamına gelmez ve burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Komisyon sorumlu tutulamaz.*



# İÇİNDEKİLER

## Sunuş

### GİRİŞ

- Neden ESCAPE2 projesi
- Neden rapor
- Raporun amaç ve hedefleri
- Karşılaştırmalı bir araştırma/çalışma/raporun önemi
- Raporun yol haritası

### Bölüm 1. KIRSAL

- 1.1 Tanım
- 1.2 Evrim ve yeni paradigmlar
- 1.3 AB'de kırsal: politikalar ve programlar

### Chapter 2. KIRSAL TURİZM

- 2.1 Çok işlevli tarım ve çeşitlendirme
- 2.2 Kırsal turizm: kavram, tanım ve özellikler
- 2.3 Kırsal turizm pazarı
- 2.4 Kırsal turizm: entegre stratejiler ve kalkınma - ekonomik büyüme için kilit unsur
  - 2.4.1 İyi uygulamaların toplanması
  - 2.4.2 Ağ oluşturma
  - 2.4.3 İletişim ve yakınlaştırma

### Chapter 3. KIRSAL TURİZM TÜRÜ

- 3.1 Kırsal turizm biçimleri (tarım turizmi, güzergahlar..)

### Chapter 4. MEVCUT DURUM ANALİZİ (MDA) VE İLGİLİ NOKTALARI (İÇN)

#### BULGARİSTAN: TRAN BÖLGESİ - AGRITOUR

- Alanın özellikleri
- Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
- Turistik veriler
- İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

#### YUNANİSTAN: BEOZIA BÖLGESİ – A.L.L.I

- Alanın özellikleri
  - Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
  - Turistik veriler
  - İyi/En İyi Deneyimler – İyi/En İyi Örnekler
-

### **İRLANDA: LEITRIM BÖLGESİ – MOMENTUM**

- Alanın özellikleri
- Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
- Turistik veriler
- İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

### **İTALYA: MONTI DAUNI – MERIDAUNIA**

- Alanın özellikleri
- Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
- Turistik veriler
- İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

### **PORTUGAL: RIAAVEIROANDBAIXOVOUGALAGUNAR– APROXIMAR**

- Alanın özellikleri
- Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
- Turistik veriler
- İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

### **ROMANIA: NORD-WESTREGION– EASI**

- Alanın özellikleri
- Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
- Turistik veriler
- İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

### **SLOVAKIA: WESTANDMIDDLE OF SLOVAKIA– NEWEDU**

- Alanın özellikleri
- Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
- Turistik veriler
- İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

### **SPAIN: LA RIBERA- CONSORCI DE LA IBERA**

- Alanın özellikleri
- Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
- Turistik veriler
- İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

### **TURKEY: EDREMIT- K-GEM**

- Alanın özellikleri
- Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim
- Turistik veriler
- İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

## **SONUÇ**

- Güçlü Yönler
  - Zayıf Yönler
  - Tavsiyeler
-

## SUNUŞ

Niş turizmin Avrupa kırsal alanları için stratejik bir gelişme çizgisi oluşturduğu giderek daha belirgin hale geliyor.

Escape2 Projesi, zengin kültürel ve doğal mirasın varlığına rağmen, düşük düzeyde bir ekonomik büyüme ile birleştirilmiş dokuz Avrupa ülkesinin kırsal bölgelerini içeriyor. Bu nedenle, bunlar güçlü bir potansiyele sahip alanlardır, ancak şimdiye kadar değer verilmeyen ve bölgelerin kendi gelişimi için çok az kullanılan alanlardır.

Proje ortakları:

- **Bulgaristan - Tran Bölgesi - Agritour**
- **Yunanistan - Boeotia Bölgesi – Atina Hayat Boyu Öğrenme Enstitüsü**
- **İrlanda - Leitrim Bölgesi - Momentum**
- **İtalya - Monti Dauni Bölgesi - Meridaunia**
- **Portekiz – Ria Avairo ve Baixo Vouga Lagunar Bölgeleri - Aproximar**
- **Romanya – Kuzeybatı Bölgesi - EASI**
- **Slovakya - Merkez ve Batı Bölgesi - New Edu**
- **İspanya - Ribera Bölgesi - Consortia de la Ribera**
- **Türkiye - Edremit Bölgesi - K- GEM**

Bu birleşik alanların büyümesi için en uygun sektörlerden biri niş ve sürdürülebilir turizmdir.

Escape 2'ye dahil olan ülkelerin kırsal alanları, analiz etmek istediğimiz ve bu ilişkiyi çalışmasıyla tanımlayan ortak özelliklere sahiptir.

Genel olarak incelenen tüm destinasyonların şunları içerdiği söylenebilir:

- 1. Turist hizmetlerinin zayıf gelişimi**
- 2. Turizm sektörünün büyümesini hedefleyen az sayıda politika**
- 3. Yerel halkın mevcut kalıtım hakkında düşük bir farkındalık düzeyi**
- 4. Turizm sektöründe çalışan kişilerin yetersiz ve liyakatsiz eğitimi**
- 5. Çekilecek pazar bölümlerinin mevcut olmayan veya yetersiz tanımı (ziyaretçi türleri)**
- 6. Turizm markalarının düşük hassasiyetleri (kötü itibar, var olmayan veya etkisiz iletişim vb.)**
- 7. Yerel aktörler / paydaşlar / politika yapıcılar arasında işbirliği eksikliği**
- 8. Piyasaya uyarlanmış turizm ürünlerinin profesyonel yapısının eksikliği**

Bunlar, turist mesleğinin, konsolide ve içine çeken turist bağlarına yerleştirmeden, yapılandırılmış ve etkili bir turist teklifinin olmamasına, neredeyse tamamen turist pazarının olmadığı bağlardan düşük nitelikli hizmetlere vb. kadar önemli engellerle çatıştığı yerlerdir.

Bu makale, belirlenen ihtiyaçlara ve sorunlara yönelik yanıtları formüle edebilmek için birleştirilebilecek durumları özetlemeyi amaçlamaktadır.

Aşağıdaki analiz, Escape2'ye katılan tüm ülkeleri entegre eden ve yerel topluluklar ve ekonomi üzerinde etkili bir etkiye izin veren ortak bir stratejinin geliştirilmesinin temelini oluşturur.

Proje faaliyetleri, hedeflere ve beklenen ana sonuçlara ulaşmayı amaçlamaktadır ve genellikle bilgi ve bilgiye erişimi olmayan ve bu nedenle bir turizm stratejisi tasarlamak ve benimsemek için güçlü bir şekilde bilgilendirilmesi, eğitilmesi ve desteklenmesi gereken yerel toplantılar aracılığıyla aktörleri dahil etmiştir. Yenilikçi önemli bir rol oynayabilecekleri için.

Nihai hedef, sürdürülebilir kırsal turizm (yerlere, kültürel ve doğal mirasa saygılı) için proje tarafından oluşturulan sınır ötesi ağ için geçerli ve kaliteli kırsal turizmin geliştirilmesine odaklanan ortak bir metodoloji için ana hatları belirlemektir.



# Giriş



# GİRİŞ

## Neden ESCAPE2 Projesi?

ESCAPE2 projesi dokuz Avrupa ülkesinin kırsal bölgelerini kapsamaktadır: Bulgaristan, Yunanistan, İrlanda, İtalya, Portekiz, Romanya, Slovakya, İspanya ve Türkiye. Bu ülkelerde üretkenlik ve istihdam düzeyi düşük, ancak peyzaj ve miras açısından zengin birçok bölge olduğunu söyleyebiliriz. Ne yazık ki, bu potansiyel tam olarak kullanılmamaktadır. Bunun ana nedeni, çoğu durumda temelde marjinalleşmiş olan Avrupa'daki kırsal ve dağlık bölgelerin mevcut ekonomik durumudur. Özellikle Avrupa'nın daha az ziyaret edilen güney ve doğu bölgelerinde, şimdiye kadar pazar tarafından dışlanan ayrıntılı bir tematik ürün bulunmamaktadır. Bu proje, bu kırsal alanlarda tespit edilen belirli ihtiyaçları ele almaktadır:

- ekonomik büyüme için kilit bir unsur olarak turizme odaklanan entegre stratejiler ve entegre kalkınma politikası/bölgesi ile kırsal turizmin nispeten kıt veya var olmayan deneyimleri;
- kırsal alanların ekonomik potansiyeli ve katma değerli turizm zincirleri hakkında düşük düzeyde farkındalık; - turistler için kaliteli tesis veya hizmet eksikliği;
- tüm seviyelerdeki tüm paydaşlar tarafından yüksek düzeyde katılım ve daha güçlü iletişim ihtiyacı (tüm turizm zinciri içinde)
- yerel aktörler/paydaşlar/politika yapıcılar arasında işbirliği eksikliği;
- cezbedilecek pazar segmentinin net bir tanımının olmaması (ziyaretçi türleri);
- sağlık, fiziksel şekil ve günlük rutinden kaçmak için potansiyel turistleri/faydalanıcıları, fitness aktivitelerini ve açık hava sporlarını sevenleri hedefleyen verimli pazarlama faaliyetlerinin ve entegre iletişim planının olmaması.

COVID-19 pandemisi hayatımızda birçok değişiklik getirdi. Sadece günlük kararlarımız değil, aynı zamanda tatil geçirme vizyonumuz ve genel olarak yaşam tarzımız da etkilendi. Gittikçe daha fazla insan doğada kaliteli zaman geçirme, kırsal turizm fırsatlarını keşfetme ve bölgesel veya ulusal düzeyde güzel destinasyonlar keşfetme ihtiyacı hissediyor. COVID-19 krizi küresel olsa da, etkileri bölgesel olarak farklıdır. Virüsün yayılması nedeniyle birçok şirket uzaktan çalışmayı teşvik etti. İnsanlar evde kalmaya zorlandılar ve mümkün olduğunca çok şeyi oradan yapmaya çalıştılar:



çalışmak, evde spor yapmak, yemek pişirmek ve akşam yemeği yemek, örneğin sanal şehir turları ile "seyahat etmek" ve daha birçok aktivite. Büyük şehirler sokağa çıkma kısıtlamaları nedeniyle kelimenin tam anlamıyla kapalı olduğu için çok sayıda insan tatil evlerine taşınmaya veya kırsal alanlarda bir ev satın almaya karar verdi.

Teorik olarak, COVID-19'un kırsal alanlarda bulaşma oranı daha düşüktür. Anaokulları ve okulların uzun süre kapalı kalması nedeniyle aileler kentsel alanlardan ve büyük şehirlerden kaçmak zorunda kaldı. Kırsal alanlar, keyifli bir deneyim için gerekli koşulları sağlayarak daha çekici hale getirilmelidir.

ESCAPE2 projesi, her ülkedeki mevcut piyasa durumunu analiz eder ve kırsal alanları geliştirmek için yeni vizyonlar ve yeni perspektifler önerir. Bununla birlikte, projenin temel amacı, tüm katılımcı ülkeleri entegre eden ve yerel topluluklar ve ekonomi üzerinde etkili bir etkiye izin veren ortak bir STRATEJİ geliştirmektir. Bu strateji, yerel durumlarla yüzleşerek, en iyi uygulamaları paylaşarak ve kırsal turizmin ortak ihtiyaçlarını bularak oluşturulacaktır.

## Neden rapor?

Raporlar, araştırma ve verilerin analizi sonucunda derlenen bilgileri ilettikleri için her projede önemli bir rol oynamaktadır. Bu rapor, kırsal turizmin ve mevcut kırsal turizm türlerinin ortak bir tanımına sahip olmak için tüm ortaklara yardımcı olacaktır. İlk olarak, kırsal turizmi ve AB'deki evrimini, politikalarını ve programlarını tanımlayacağız. Bu raporun ikinci bölümünde kırsal turizm pazarının kavramını ve özelliklerini tanımlayacağız. Bu raporda her farklı kırsal turizm türü anlatılacaktır.

Bu projenin ilk Fikri Çıktısı sırasında tüm ortaklar farklı anketler aracılığıyla bir pazar analizi yaptı. Ana paydaşlar (kültürel ve doğal miras, misafirperverlik ve konaklama ve turistik rehberler) belirli sorular aracılığıyla incelenmiştir. Bu anketlerin sonuçları raporun son bölümünde sentezlenmiştir. Ortak bir pazar stratejisi oluşturmak için İN'i (İlgi Noktaları) çapraz kontrol etmek ve ortak ülkelerin tüm alanlarında mevcut durumun çapraz analizini yapmak önemlidir. Sonuç olarak, bu rapor, ortak stratejiyi mümkün olduğunca uyarlamak için kırsal alanların güçlü ve zayıf yönlerini netleştirecektir.

## Raporun amaç ve hedefleri

Bu raporun temel amacı, kırsal turizmin geliştirilmesi için ortak bir stratejinin tanımı için bilimsel bir temel oluşturmaktır. Operasyon, yerel paydaşların doğrudan katılımıyla, projeye dahil olan her bir kırsal alandaki durumun kapsamlı bir analizi sayesinde gerçekleştirilir. IO1'in tüm belgeleri, diğer şeylerin yanı sıra eğitim kursunun tanımını da içeren IO2'nin tanımına temel teşkil edecek bir GENEL BAKIŞ RAPORU'nda birleşir.

İkinci ve üçüncü çıktılar daha sonra genel Stratejiyi gerçekleştirmek için özel olarak üretilmiş araçlara dönüştürülecektir. Proje, haritalama ve yazışma sonuçlarına göre içerik ve müfredat geliştirecek ve proje platformu üzerinden çevrimiçi kurslar düzenleyerek eğitimi 3 ay boyunca test edecek ve deneyecektir. Raporun temel amacı, yerel topluluklar ve ekonomi üzerindeki etkiyi etkin kılmak için katılımcı ülkeler arasında ortak bir STRATEJİ geliştirmeye yardımcı olmak, tüm aktörlerin ulusötesi işbirliğini ve yerel/bölgesel yetkililerle ve turizmde uzmanlığa sahip vatandaşlarla ağ oluşturmasını teşvik etmektir. Bu ulusötesi ağ, yerel boyutun ulusal boyuta açılmasını sağlayacaktır.

### **Karşılaştırmalı bir araştırma/çalışma/raporun önemi**

Toplanan tüm bilgiler analiz edildiğinden ve daha sonra farklılıkları ve benzerlikleri bulmak için bir araya getirildiğinden karşılaştırmalı çalışma gereklidir. Bu yöntem, durumun daha geniş bir resmini verdiği için raporun kalitesini artırır. Nicel veya nitel araştırma yoluyla yapılabilir.

### **Raporun yol haritası**

Bu raporun hazırlanmasına yönelik ortak aktarılabılır metodoloji, tümü dikkate alınan çeşitli kırsal destinasyonlarda turizm sektörünün durumunu tanımlamayı amaçlayan birkaç aşamadan oluşmaktadır. Metodolojinin temel adımları şunlardır:

- Türe göre bölünmüş anketlerin ana hatları (konaklama, turizm hizmetleri, kültürel ve doğal varlıkların yöneticileri)
- Yerel iyi uygulamaların belirlenmesi (başarılı ve korunabilir örnekler)
- Yeterli sayıda operatöre anketlerin dağıtılması
- Anketlerin derlenmesinden elde edilen verilerin ekstrapolasyonu
- Turizm sistemlerinin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi
- Tutarlı ve sürdürülebilir bir turizm gelişiminin altında yatan ihtiyaçların belirlenmesi

Amaçlanan operatör türüne göre bölünmüş anketler, sunulan hizmetler, bunlara erişilebilirlik, maliyetler, gerçekleştirilen iletişim ve promosyon türü gibi yerel turist teklifinin temel unsurlarını belirlemeye hizmet eden sorular sunar. , çalışma saatleri. açıklık, sunulan tamamlayıcı hizmetler, mevcut müşteriler, hizmetlerin maliyet aralıkları, personel tarafından konuşulan diller, İnternet ve sosyal ağların kullanımı vb. Amaç, fiili durumun net bir resmini elde etmektir.

Bunun yerine, iyi uygulamaların belirlenmesi, halihazırda gerçekleştirilen başarılı ve sürdürülebilir deneyimleri vurgulamaya hizmet eder ve bu da dolaylı olarak bir destinasyonun hangi turistik meslekleri olduğunu ve hangi pazarların halihazırda ele geçirildiğini ve kimlerin ilgisinin genişletilebileceğini gösterir.







BÖLÜM 1

# Kırsal





# 1. Kırsal

## 1.1. Tanım

"Kırsal" kelimesinin etimolojik kökeni, ekili kırsalı belirten Latince bir terim olan "rus" dur. "Kırsal" terimi, esas olarak, kırsal alanın veya daha genel olarak kentleşmemiş alanların tipik özelliklerini belirtir. Bu sıfatın semantik alanında ülke, kros, tarım, köylü, georgic, rustik, pastoral gibi sözcüklerin tümü, esas olarak doğal kaynakların kullanımına dayalı üretken ve sosyal bir sistemi gösteren terimler buluyoruz.

'Kırsal alanlar', tarım veya daha kısaca doğal ve tarımsal kaynakların ekonomik kullanımı ile ilgili tüm bölgeleri düşünebiliriz. Kırsal alanları "kentsel" kavramına karşıt olarak tanımlamak da mümkündür: "kentsel yığılmaların" dışında yer alan alanlar (1 km<sup>2</sup>'lik ızgaranın bitişik hücre grupları, yoğunluğu km<sup>2</sup> başına en az 300 kişi ve en az 5 000 nüfus).

Kırsal alanların düşük nüfus yoğunluğu ve doğal elementlerin yaygınlığı ile antropik eserlerin (binalar, altyapılar, ...) düşük mevcudiyeti ile karakterize edilmesi bunun bir sonucudur.

İstatistik için bölgesel birimlerin isimlendirilmesi (NUTS), Avrupa Birliği bölgesinin hiyerarşik seviyelere ayrıldığı coğrafi bir sistemdir. Üç hiyerarşik seviye, NUTS-1 (3 ila 7 milyon nüfus arasındaki nüfus), NUTS-2 (800.000 ila 3 milyon nüfus arasındaki nüfus) ve NUTS-3 (150.000 ila 800.000 nüfus arasındaki nüfus) olarak bilinir. Bu sınıflandırma, AB içinde çeşitli bölgesel düzeylerde sınır ötesi istatistiksel karşılaştırmalara olanak tanır.

Kırsal bölgeler (NUTS 3), nüfuslarının kırsal alanlardaki paylarına göre sınıflandırılır:

- Kırsal alanlarda yaşayan nüfusun payı %50'yi aşarsa 'ağırlıklı olarak kırsal'
- Kırsal kesimde yaşayan nüfusun oranı %20 ile %50 arasında ise 'Orta'
- Kırsal alanlarda yaşayan nüfusun payı %20'den az ise 'ağırlıklı olarak kentsel'

Orada bulunan kent merkezlerinin büyüklüğü de kırsal alan tanımında belirleyicidir.

Toplam nüfusun en az %25'ine ev sahipliği yapan bir kentsel merkezi içeren, ağırlıklı olarak kırsal bir bölge orta düzeyde kabul edilmelidir. Toplam nüfusun en az %25'ini barındıran bir kentsel merkezi içeren bir ara bölge, ağırlıklı olarak kentsel olarak kabul edilmelidir.

Açıktır ki, kırsalın tanımını basitçe istatistiksel verilere ya da kentsel kavramının aksine daha indirgeyici bir şekilde indirgeyemeyiz. Kırsal alan, içsel çağrışım özelliklerine sahiptir. Bu nedenle kırsal alanlar, yerel nüfus yoğunluğu veya büyük şehir merkezlerine yakınlık / uzaklık ile çok az ilgisi olan kendi özelliklerine sahiptir.

Özetle, bir alanı kırsal olarak tanımlamamıza yardımcı olan unsurlar şunlardır:

- doğal peyzajın kentleşmiş olana göre yaygınlığı
- kentsel özellikleri ve konut tipolojileri yerel tarım ekonomisinin hakim faaliyeti (şimdiki veya geçmiş) tarafından belirlenen küçük yerleşim merkezlerinin varlığı
- yerleşik merkezlerin dışında, gayrimenkul varlıklarının seyrek ve yaygın varlığı
- seçkin bölgesel tarım mesleği
- yerel tarımsal üretim gelenekleriyle bağlantılı bilginin kalıcılığı
- sanayi sektörünün yerel ekonomi üzerindeki düşük etkisi
- tarımsal faaliyetlerin bir sonucu olarak bölgenin çoğunun yapılandırılması

## 1.2 Evrim ve yeni paradigmlar

Kırsal ve kırsal inovasyon kavramı her zamankinden daha yeni ve daha karmaşık anlamlar kazanıyor. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, daha önce tarımsal faaliyetlerin hakim olduğu bölgelerde diğer tarım dışı faaliyetlerin ortaya çıkması nedeniyle, kırsalımızda ekonomik ve sosyo-kültürel yapıda bazen tarımın kendisine karşıt olan çeşitli dönüşüm süreçleri yaşanmıştır.

Tarımsal faaliyet, üretim süreçlerinin mekanizasyon biçimlerinin tanıtılması, karlılık ve üretim optimizasyonu nedenleriyle geleneksel mahsullerin yerine yoğun mahsullerin getirilmesi ile yüzünü değiştirdi..

Kırsal terimi genellikle geri kalmışlık kavramıyla ilişkilendirilirken, yeni tanım yeşil alanın yapılaşmaya karşı üstünlüğü, kültürel değerler ve geleneklerin bir rezervi ile karakterize edilen doğal bir çevre ile ilgilidir.

Daha önce de açıklandığı gibi, kırsalın en yaygın kullanılan tanımlarından biri, arazinin yaygın kullanımını ve dolayısıyla düşük nüfus yoğunluğunu dikkate alan tanımdır. Bu, takip edilmesi çok basit bir sistemdir ve bu nedenle yaygın olarak kullanılmaktadır, ancak kırsal dünyanın modern karmaşıklığını kavrayamamaktadır, çünkü onunla yalnızca nüfusun az olduğu alanlar kırsal olarak tanımlanacaktır.

Daha yakın zamanlarda, küreselleşmenin şemsiye kavramına atfedilebilecek çeşitli faktörler, kırsal dünyada başka köklü değişikliklere yol açarak olağandışı ve beklenmedik gelişmelere yol açtı: üretim seçeneklerinin hiç olmadığı kadar artan bir pazarın taleplerine dayalı olarak belirlenmesinden. daha uzun yerel (yakın pazarlar için yerel ürünler ağı) yeni dijital pazarlama biçimlerine. Dolayısıyla bugünün köylüsü, on dokuzuncu yüzyılın booru değil, çağa ayak uydurması gereken bir girişimcidir.

Bu nedenle kırsal, giderek daha çok, mevcut gerçeklikten uzak, ancak kırsallığın kalıntısı olarak anlaşılan kırsal öğede maddi olarak gerçekleşmeye devam eden edebi, ideal bir kavram gibi görünüyor.

Kır, her zaman insanın doğayla temas kurmak için sığındığı yer olmuştur. 19. yüzyılın sonlarında sanayileşme ve ani kentleşme ile birlikte doğayla yeniden bağlantı kurma ihtiyacının ön plana çıkması ve en belirgin özelliği kent parkları olacak yeni Avrupa metropollerinde kentsel planlama müdahalelerinin gelmesi tesadüf değildir.

Bugün, insanın kendini doğaya kaptırma ve kendini kentsel olarak tanımlanandan soyutlama arzusu, daha önce tanımlanamayan ihtiyaçlar ve kırsal merkezli bir tür süreci hızlandıran olumsal faktörler (en azından Covid-19) nedeniyle eşi görülmemiş sosyolojik anlamlar kazanıyor.

Bu nedenle, bir zamanlar kentsel bağlamı tercih eden nüfusun kırsala kısmi dönüşüne ve yeni "kır kullanıcısı" figürünün (giderek daha fazla doğaya sığınan) geliştiğine tanık oluyoruz.

Ayrıca, birkaç ortak fenomenin ortaya çıkması sayesinde, kırsal ve kırsal inovasyon kavramının olumlu bir dönemden geçtiği de dikkate alınmalıdır:

- ekonomik bir yer olarak kırsalın yeniden keşfi
- geleneklerin sosyal toplanma anları olarak yeniden keşfi
- sağlıklı ve doğru bir diyet olarak bölgenin geleneksel ve tipik çeşitlerinin yeniden keşfi
- natüralist açık hava etkinliklerinin giderek artan çekiciliği

Kırsal, neredeyse modernitenin çağrışımlarını üstlenmeye başladı.

Tarım, kırsalın izin verdiği yaşam kalitesi (sağlık açısından) ve doğayla iç içe gerçek bir yaşam ve çalışma tutkusunun giderek yaygınlaşması gibi yeni farkındalıklar nedeniyle birçok genci cezbetmektedir. Buna, tarımsal işleri kolaylaştıran, hızlandıran ve daha az yorucu hale getiren teknolojik evrimin izin verdiği yeni çalışma koşullarını da eklemeliyiz.

Kırsal kesimin birçok değişimden etkilendiği "Tarım 2.0" olarak tanımlayabileceğimiz bir olgunun eşliğindeyiz:

- tipik çeşitlerin yeniden keşfi
- kırsal yaşamın çekiciliğinin artması
- kırsal faaliyetlerin çeşitlendirilmesi (sosyal hizmetler, çevre eğitimi, turizm, spor, dijital detoks vb. ile ilgili unsurlar)
- üretim faaliyetlerini desteklemek için giderek daha verimli teknolojik araçların (robotik) tanıtılması
- kurumsal pazarlamaya uygulanan yeni sosyal iletişim biçimlerinin kullanımı (tarımsal hikaye anlatımı)

### 1.3 AB'de kırsal: politikalar ve programlar

Kırsal alanlar genellikle aşağıdaki olumsuz olaylardan etkilenir:

- fiziksel rahatsızlık (kentleşmiş alanlarla fiziksel bağlantı sorunları ve dünyanın geri kalanıyla soyut bağlantı sorunları - dijital boşluk)
- tarımsal ve tarım dışı faaliyetlerin düşük karlılığı nedeniyle sosyo-ekonomik dezavantajlar

Kırsal alanların stratejik doğasının farkında olan Avrupa Birliği, bir süredir onların sürdürülebilir kalkınmasına yönelik politikalara başlamıştır. Kırsal kalkınma, çok çeşitli konuları ve ilgi alanlarını içeren geniş ve karmaşık bir konudur. Bu konuların Avrupa düzeyinde anlaşılmasını ve yayılmasını teşvik etmek için, ENRD (Avrupa Kırsal Kalkınma Ağı) bünyesinde uzman "çalışma grupları" kurulmuştur. Bu gruplar, daha fazla bilgiyi teşvik etmek ve Avrupa Birliği'nin kırsal kalkınma politikasının uygulanmasının etkinliğini artırmak amacıyla, güçlü bir Avrupa boyutuna sahip olan kırsal kalkınma konularının analizi üzerinde çalışmaktadır.

Avrupa'nın kırsal alanları, bir dizi coğrafi, çevresel, fiziksel, üretken, sosyo-ekonomik ve kurumsal faktör açısından birbirinden farklıdır.

Kırsallık, kırsal alanların, özellikle de özgünlüklere ve farklı bölgesel ihtiyaçlara yol açan belirli kritikliklerle cezalandırılanların kalkınması için AB fonları aracılığıyla uygulanan AB kırsal kalkınma politikası tarafından desteklenen, Avrupa'nın en büyük kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir.

Kırsal kalkınma, kırsal alanların sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliğini güçlendirerek gelir desteğinin ve piyasa önlemlerinin "birinci sütununu" güçlendiren ortak tarım politikasının (OTP) "ikinci ayağı"dır.

OTP, üç uzun vadeli hedef aracılığıyla kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunur:

- tarım ve ormancılığın rekabet edebilirliğinin teşvik edilmesi;
- doğal kaynakların ve iklim eyleminin sürdürülebilir yönetimini sağlamak;
- İstihdamın yaratılması ve sürdürülmesi de dahil olmak üzere, ekonomilerin ve kırsal toplulukların dengeli bölgesel kalkınmasını sağlamak.

OTP'nin AB'nin kırsal kalkınma hedeflerine katkısı, Avrupa kırsal kalkınma tarım fonu (EAFRD) tarafından desteklenmektedir.

AB tarafından desteklenen kırsal kalkınma politikalarının temelinde Kırsal Kalkınma Programları (RDP) bulunmaktadır. RDP'ler ulusal bütçeler tarafından ortak finanse edilir ve ulusal veya bölgesel bazda hazırlanabilir.

Her bir RDP, EAFRD'nin altı önceliğinden en az dördüne yönelik çalışmalıdır:

- tarım, ormancılık ve kırsal alanlarda bilgi transferini ve yeniliği teşvik etmek;
- her türlü tarımın yaşayabilirliğini ve rekabet gücünü artırmak ve yenilikçi çiftlik teknolojilerini



ve sürdürülebilir orman yönetimini teşvik etmek;

- tarımda gıda zinciri organizasyonunu, hayvan refahını ve risk yönetimini teşvik etmek;

- tarım, gıda ve ormancılık sektörlerinde kaynak verimliliğini teşvik etmek ve düşük karbonlu ve iklime dayanıklı bir ekonomiye geçişi desteklemek;

- tarım ve ormancılıkla ilgili ekosistemleri restore etmek, korumak ve geliştirmek;

- kırsal alanlarda sosyal içermeyi, yoksulluğu azaltmayı ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmek.

## KAYNAKÇA

- [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Rural\\_area](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Rural_area)
- <https://ec.europa.eu/eurostat/web/rural-development/methodology>
- <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/background>
- <http://nala.ge/uploaded/nala/2018-04/20180410135514295439021.pdf>
- [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development_en)
- [https://www.researchgate.net/publication/40115263\\_The\\_Evolution\\_of\\_Rural\\_Development\\_in\\_Europe\\_and\\_the\\_Role\\_of\\_EU\\_Policy](https://www.researchgate.net/publication/40115263_The_Evolution_of_Rural_Development_in_Europe_and_the_Role_of_EU_Policy)
- [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/funding-guide/european-agricultural-fund-rural-development\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/funding-guide/european-agricultural-fund-rural-development_en)
- [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development/country\\_it](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development/country_it)



BÖLÜM 2

# Kırsal turizm





## 2. Kırsal turizm

### 2.1. Çok fonksiyonlu tarım ve çeşitlendirme

Yirminci yüzyılın son on yılından bu yana, Çok Fonksiyonlu Tarım kavramı, hem gıda güvenliği ve kalitesi hem de çevre ile ilgili artan endişe nedeniyle, özellikle Avrupa'da gelişmiş ülkelerde çekiş kazanıyor (Todorova ve Ikova, 2014). Çok fonksiyonlu tarım, adından da anlaşılacağı gibi, sadece tüketim için kaynak üretme rolünün ötesine geçen tarımsal faaliyettir.

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), çok işlevliliğin işlevsel bir tanımını sağlar; bu organizmaya göre, çok işlevli tarımın temel unsurları şunlardır: "tarım tarafından ortaklaşa üretilen çok sayıda meta ve meta dışı çıktının varlığı; ve bazı emtia dışı çıktılarının dışsallıkların veya kamu mallarının özelliklerini içermesi ve bunun sonucunda bu mallar için pazarların olmaması veya kötü işlemesi" (Aguglia ve diğerleri, 2009). Bununla örgütlenme, tarımsal faaliyetin bir sonucu olarak, tarım arazilerinin doğrudan bir sonucu olanlardan daha çeşitli çıktılarının yaratılması ve bu çıktılarının bir kısmının pozitif dışsallıklar olarak düşünülmesi gerektiği anlamına gelir.

Ana fikir, tarımın biyolojik çeşitliliğin korunması, kırsal alanlar için daha sürdürülebilir bir geleceğe katkı, bu alanların ekonomik dokusunun güçlendirilmesine yardımcı olma vb. gibi toplumsal ve çevresel işlevlere sahip olması gerektiğidir. Bu konulara değindiği için, çok işlevli tarım, kırsal kalkınma için kilit bir yol olarak tanımlanmıştır (Renting ve diğerleri, 2009), diğer faaliyetlerin geliştirilmesi yoluyla çiftçilerin geçim araçlarını çeşitlendirmelerine yardımcı olmanın yanı sıra yatırım yapmak veya kırsal alanları ziyaret etmek için yeni izleyiciler çekmesine yardımcı olur.

Van Huylenbroeck ve arkadaşlarına göre (2007) çok işlevli tarımın renklere göre sınıflandırılmış dört işlevi vardır: "yeşil" işlevler (peyzaj ve biyolojik çeşitlilik yönetimi); "mavi" işlevler (su kaynakları yönetimi ve taşkın kontrolü); "sarı" işlevler (kırsal alanların canlılığı, tarihi ve kültürel miras, kırsal olanaklar); ve "beyaz" işlevler (gıda güvenliği ve emniyeti).

Çok fonksiyonlu tarımın kırsal alanlar ve dolayısıyla kırsal turizm için önemi yadsınamaz. Tarımsal üretim, toplumsal ve çevresel kaygılarla birleştiğinde, doğal dünya ve insanlar arasında sinerji yaratır, böylece sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi ve yeni ziyaretçilerin çekilmesi için fırsatlar yaratır.

## 2.2. Kırsal turizm: kavram, tanım ve özellikler

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) Kırsal Turizmi "ziyaretçinin deneyiminin genellikle doğa temelli faaliyetler, tarım, kırsal yaşam tarzı / kültür, olta balıkçılığı ve gezi ile bağlantılı geniş bir ürün yelpazesine ilişkin olduğu bir turizm faaliyeti türü" olarak anlamaktadır. Kırsal Turizm faaliyetleri, aşağıdaki özelliklere sahip kentsel olmayan (kırsal) alanlarda gerçekleşir: i) düşük nüfus yoğunluğu, ii) tarım ve ormancılığın hakim olduğu peyzaj ve arazi kullanımı ve iii) geleneksel sosyal yapı ve yaşam tarzı" (UNWTO, 2021). ).

Bu nedenle, kırsal turizm, kişiselleştirilmiş ve misafirperver hizmete ve geliştiği bölgelerin geleneklerine – gastronomi, tarih, folklor, zanaatkarlık vb. – dayanmaktadır. Kırsal turizm, konaklama, restoran ve boş zaman etkinliklerini bütünleştiren kapsamlı ve çeşitlendirilmiş bir ürünü gerektirir. Ayrıca kırsal turizm, avcılık ve balıkçılık faaliyetleri, fuarlar, festivaller vb. gibi çeşitli faaliyetleri birleştiren çeşitlendirilmiş bir portföy sunar. Bu göz önüne alındığında, en belirgin özelliklerinden biri, diğer turizm türleri (örneğin, Güneş ve Deniz Turizmi olarak) ve geliştirildiği bölgelere gerçek bir varlık olmaktır. Ana özelliklerinden bir diğerinin de uyarlanabilirliği, yani farklı türdeki izleyicilere ve ihtiyaçlara göre şekillendirilebilirliği olduğunu vurgulamak da önemlidir. Örneğin, kırsal turizm hem çocuklar için - yaz kampları ve macera yürüyüşleri - hem de yaşlılar için - kuş gözlemciliği, doğa yürüyüşleri, eski geleneklere geri dönüş vb. - teşvik edici aktiviteler sunabilir.

2020'de ortaya çıkan pandemi durumu göz önüne alındığında, kırsal alanlar, karantina ve kısıtlamalardan kaynaklanan sosyal ve ekonomik krizin sonuçlarına çok daha fazla maruz kaldı. Bu nedenle onlara yönelmek son derece önemlidir. Kırsal turizm bunu yapmak için paha biçilmez bir fırsatı temsil ediyor.

## 2.3. Kırsal turizm pazarı

COVID-19 pandemisi ile artan kırsal turizm talebinde, turistler genellikle iyi kurulmuş turistik yerlerle ilişkilendirilen kalabalıklardan kaçınmak için ana akım olmayan destinasyonlar aradıkça artan bir eğilim var. Buna ek olarak, kırsal alanlar ayrıca doğada geliştirilebilecek birçok aktivite sunmaktadır, yani açık havada, bu da COVID bulaşma risklerinin en aza indirilmesi anlamına gelmektedir (UNWTO, 2020).

Hedef kitle, ortalamanın üzerinde ekonomik güce sahip, kalite talep eden ama aynı zamanda deneyimlerinde özgünlük arayan iyi eğitilmiş turistlerdir (Maria-Irina, 2017). Böylece, Avrupa nüfusunun artan eğitim seviyeleri, daha önce bahsedilen büyüme eğilimini açıklamaktadır. Buna rağmen, kırsal turizm, çok yönlü yaklaşımı nedeniyle, sunulan birçok boş zaman aktivitesinden yararlanmak isteyen aileler gibi birçok turist türünü kırsal alanların sakinliği ve güvenliği ile birleştirerek cezbetmektedir.

## 2.4. Kırsal turizm: entegre stratejiler ve kalkınma - ekonomik büyüme için kilit unsur

Kırsal turizm, çektiği entegre hizmetler ve faaliyetler nedeniyle yerel toplulukların büyümesini ve dönüşümünü teşvik edebilir ve bu topluluklar için istihdam yaratılmasına ve daha iyi refaha yol açabilir. UNWTO'ya (2020) göre turizm gelişiminin dört ana ayağı şunlardır: eğitim, yatırım, yenilik ve teknoloji. Bunlar olası bir çözümün ayrı alanları değil, aslında içsel olarak bağlantılılar çünkü kırsal turizmin sürdürülebilirliği ancak kapsamlı ve çok işlevli bir yaklaşımla sağlanacak.



Eğitim ile ilgili olarak, Predag ve diğerleri (2014), kırsal turizmi geliştirmek için yerel nüfusu eğitmenin ve öğretmenin önemine değinmektedir. Araştırmacılar, büyümenin ancak yerel halkın eğitilmesi ve doğrudan katılımıyla sürdürülebilir olacağını ve faaliyetlerin özgünlüğünü koruyacağını, aksi takdirde yabancı aktörlerin artan fırsatlardan yararlanacağını ve bunun da kırsal alanların karakterini kaybetmesine yol açabileceğini savunuyorlar.

Yatırım, yalnızca turistler için altyapı sağlamaya odaklanmamalı; kırsal alanlara yatırım, kırsal toplulukları ana paydaşlar olarak belirleyen bütünsel bir bakış açısına sahip olmalıdır. UNWTO tarafından savunulduğu gibi, "ulusal, bölgesel ve yerel yönetimler turizmi kırsal kalkınma politikalarının stratejik direklerinden biri olarak yerleştirmeli, sektörün çeşitlendirilmiş bir kırsal ekonominin parçası olarak oynayabileceği rolü daha iyi tanımalı ve teşvik etmek için aktif politikalar uygulamaya koymalıdır. (UNWTO, 2020). Açıķçası yatırımdan bahsederken sadece kamu yatırımını kastetmiyoruz; özel yatırım da kırsal alanın potansiyeline bakmalı ve sadece turizmde değil, diğer tüm tamamlayıcı ve ilgili hizmetlerde de güçlü yönlerinden yararlanmalıdır.

İnşa etmemiz gereken ve kırsal alanların hayati bir bileşeni olduğu sürdürülebilir geleceği düşünürken yenilikçilik esastır. Çağdaş sorunlar için modası geçmiş çözümlere güvenemeyiz. Yenilik, kaynak kullanımı, gelir dağılımı, mirasın korunması vb. alanlarda sürdürülebilir uygulamaların yaratılmasına yönlendirilmelidir. Teknoloji özünde yenilikle bağlantılıdır ve özellikle kırsal alanların ona erişim konusunda geride bırakılmaması önemlidir. Teknoloji, turistik aktiviteyi ve onunla bağlantılı her şeyi daha iyi planlamak, ölçmek ve yönetmek için kullanılmalıdır.

Sonuç olarak, bu dört sütunu geliştiren entegre bir kırsal turizm yaklaşımı, çölleşme ve düşük gelir gibi sorunlarla karşı karşıya kalan kırsal topluluklara fırsatlara dolu yeni bir yaşam getirmede güçlü bir araç olabilir. Bununla birlikte, sürdürülebilir kırsal turizm, ister somut ister somut olmayan miras olsun, kırsal yaşam ve kırsal değerler için benzersiz ve gerekli olanı koruyabilir ve sürdürebilir. Entegre bir kırsal turizm stratejisinin gücü, modern ve gelenekselin karışımında yatmaktadır.

## 2.5. İyi uygulamalar koleksiyonu

Bazı araştırmalar, turizm faaliyetlerinin kırsal alanlar üzerinde ekonomik büyüme, ekonomik çeşitlilik, demografik istikrar, gıda ürünlerinin ekonomik değerinin artması ve tarımsal kalkınmanın teşvik edilmesi, sosyo-ekonomik refahın iyileştirilmesi ve yeni yerel işletmelerin yaratılması veya büyümesi gibi çeşitli olumlu etkilere neden olduğunu kanıtlamıştır. Turizm ayrıca bölge sakinlerinin genel yaşam kalitesinin artmasına katkıda bulunur ve kırsal sürdürülebilir kalkınmayı ve giden göçün azaltılmasını destekler (Ibănescu, Stoleriu, Munteanu, Iatu, 2018). Tüm bu olumlu etkiler, yerel aktörlerin kendi çalışmalarında öğrenip uygulayabilecekleri farklı girişim ve programların bir sonucuydu.

Kırsal turizm, dinlenmek, geleneksel kültür ve şehirlerin kalabalığından kaçmak için yapılan turistik cazibe merkezlerinin peşinde koşarak yerin benzersizliğini teşvik eder. Bu faaliyet, toplumdaki sosyal, ekonomik ve çevresel etkiyi artırmak için ekonomik faaliyet olarak yerel kalkınmayı içerir. Günümüzde kırsal turizm çok yönlü konuları içermektedir ve bazı ülkelerde iç veya kıyı bölgeleri gibi bölgeler arasında farklılıklar bulunmaktadır (IVONA, 2021).

Kırsal turizm, kırsal alanlar için bir meydan okuma olarak görölüyordu, ancak asgari ek kaynaklarla tüm yıl boyunca turistlere altyapı hazırlamak için tam avantaj sağlandı, böylece turizm sağlayıcıları üretkenliklerini ve gelirlerini artırdı. Ayrıca kırsal turizm, "özel ilgi turizmi" veya "sorumlu turizm" gibi sakinlerin yaşam tarzlarının anlaşılmasına ve temasına vurgu yapan alternatif turizm türleri sağlar.

Kırsal turizmdeki çekicilik türleri, miras turizmi, tarım turizmi veya "çalışan bir çiftliği, tarım, bahçecilik veya tarım işletmesini ziyaret etme eylemi", doğa temelli turizm veya ekoturizmden çeşitlidir (IRSHAD, 2010). Bunlar daha çok belgelenen türlerdir, ancak her topluluğa göre kırsal turizm türü, iyi tanımlanmış yapının ötesine geçebilir ve turistler toplulukta çeşitli etkinliklerin tadını çıkarabilir.

Kırsal turizme ilişkin iyi uygulama örnekleri tüm ülkelerde görülebilir ve her bir alan, önceliklere, doğal mirasa ve çevredeki insanların getireceği yeniliklere dayalı olarak farklı türlerde kırsal turizm faaliyetlerini uygulayacaktır. COVID-19 krizlerinin başlamasından bu yana yapılan son düzenleme kapsamında, tüm ülkelerde iç turizm önemli ölçüde arttı ve insanlar, hafta sonları tatilleri veya kaçışları için ülkelerinden gelen doğal alanları ana noktalar olarak yeniden düşünmeye başladılar. Eh, tekerleğin birkaç kez icat edilemeyeceği biliniyor, ancak birkaç koşulda olduğu gibi kullanılabilir. Bunun gibi, çeşitli topluluklar üzerinde etkisi olan ve tekrarlanabilme gücüne sahip iyi uygulamalar daha fazla kullanılmalıdır.

İyi uygulamaları yeni bir çevreye entegre etmek için, yerel topluluğun turizmle ilgili ihtiyaçlarını içerebilecek alanların yanı sıra turistlere sağlanabilecek hizmet ve ürünlerin sürdürülebilir bir haritasını çıkarmak önemlidir. Bu haritalamaya dayalı olarak, yerel hedeflere ve doğal veya kültürel mirasa odaklanan belirli bir köy veya alan için kırsal turizm gelişimi için bir strateji. Yeni toplulukta aynı güce sahip olmak için tekrarlanabilir iyi uygulamalar dikkatle izlenmeli ve incelenmelidir. Tüm ayrıntılara dikkat edilmesi önerilir, çünkü topluluğun her bağlamı ve arka planı değiştiğinden, uygulama tamamen tekrarlanabilir olabilir veya olmayabilir. Ayrıca, iyi uygulamalar, yeni fikirlerin ortaya çıkabileceği ve inovasyonun temeli haline gelebileceği örnekler olarak kullanılabilir.

Escape2 projesi, yerel ve kırsal turizmi güçlendiren çeşitli yaklaşımlarla bir rapor oluşturmak için her bir ortak ülkeden iyi uygulamaları toplamak için bir aktiviteye sahipti. Her bir ortak, ülkelerinde kırsal turizmi geliştirmek için yapılan bazı eylemleri gözlemlene ve bunlar üzerine inşa edilen iyi uygulamaları kataloğa dahil etme fırsatı buldu. Bu uygulamalar, kültürel güzergahlar (dini, tarihi, vb.), kırsal faaliyetler (balık tutma, bisiklete binme, doğa yürüyüşü) gibi kırsal topluluklarda bulunabilecek çeşitli alanlardan toplanan, alınan önlemlere ve her topluluk için faydalarına odaklanılarak tanımlanmaktadır. vb.), restorasyonlar, dijitalleşme, faaliyet alanlarının genişletilmesi.

Bu uygulamaların çoğu, ortak bir unsur, amaçlarına ulaşmak için birlikte çalışan çeşitli paydaşlar arasındaki işbirliği ve işbirliğini göstermiştir. Ayrıca bu iş birliği ile birçok işyeri oluşturulmuş ve çalışma alanında elde tutma gücü artırılmıştır.

## **2.6. Ağ oluşturma ve işbirliği**

Kırsal turizm endüstrisinde, güven ve işbirliği eksikliğinin yüksek olduğu çok sayıda küçük şirketin bulunduğu ve kırsal kuruluşlara yönetim stratejileri geliştirmeleri için teknik yardıma ihtiyaç duyulduğu bilinmektedir. Kırsal turizm, rekabet edebilirliği ve şirketlerin tamamlayıcılığını destekleyen işbirliği ağları oluşturma ihtiyacıyla karşı karşıyadır. İşbirliği yoluyla, yerel paydaşlar beklentilerini destekleyebilir ve kırsal hizmet sağlayıcılarını gerçek kaynaklarını ve becerilerini sağlam turizm tekliflerine dönüştürmeleri için güçlendirebilir. Kırsal alanlardaki işbirliğinin rolünü ve etkisini anlamak, birbirine rekabetçi bir şekilde müdahale eden ve yanıt veren iş sistemlerini yenilemek ve oluşturmak için esastır.

Kırsal turizmin faydaları, çiftçilere, küçük girişimcilere veya bazı hizmetler veya ürünler sağlayan diğer yerellere ek gelir sağlayarak, istihdam yaratma ve elde tutma ile başlayarak toplumun çeşitli alanlarında öngörülmektedir. Ayrıca kırsal turizm, turizm tesisleriyle yakın ilişkiler geliştirerek yeni iş fırsatlarını ve kırsal turizmin genellikle heyecan verici ve gençlerin enerjisine uygun olarak tanıtılması gerçeğiyle gençler için fırsatlar içermektedir.

Tüm bu eylemler, kırsal alanlardan çok sayıda zanaatkarın gelmesi nedeniyle kırsal kültür ve mirasın korunmasına, sanat ve zanaat satışlarının artmasına ve turistler arasında bu konuda farkındalık yaratarak peyzajın korunmasına yol açmaktadır. Ayrıca bazı alanlarda tarihi çevreler rehabilitasyona uğrayarak ömürlerini uzatabilmektedir (IRSHAD, 2010).

Avrupa düzeyinde kırsal kalkınma için işbirliği teşvik edilmekte ve bu doğrultuda oluşturulmuş bir kamu politikası bulunmaktadır. Avrupa kırsal kalkınma ağı, kırsal turizme odaklanarak, Avrupa topluluğunun kırsal kalkınmaya ilişkin ortak amaçlarını özetlemektedir. Bu, her topluluk arasındaki farklılıkları ve bu benzersizliğin korunmasının önemini vurgular. Bu ağ, kırsal turizmi artırabilecek iyi uygulamaların daha iyi entegrasyonu için uluslararası işbirliğine ve iş birliğine dayanmaktadır.

Ulusal düzeyde, bir ilçeden daha fazla köy arasında işbirliği için küçük ölçekli ortaklıkların gelişimini düzenleyen bazı Devlet politikaları vardır. Bu ortaklıklar aracılığıyla, yerel paydaşlar bölgeyi turizm de dahil olmak üzere çeşitli sütunlara dayalı olarak geliştirmek için ortak bir stratejiye yaklaşmaktadır.

Ayrıca, doğal ve kültürel mirasın rehabilitasyonu ve korunması veya muhafazası, çeşitli fonlar veya sponsorlardan karşılanabilecek çeşitli maliyetleri içerir. Önemli miktarda miras, koruma maliyetlerini artırmakta ve koruma projelerinin sürekliliğini engelleyerek turist sayısını da artırmaktadır (IVONA, 2021).

Sonuç olarak, bir topluluk içindeki yerel paydaşlar arasındaki işbirliği, yerel turizme ilişkin sürdürülebilir bir gelişme için tamamen teşvik edilmektedir. İşbirliği, bölgenin turistik olasılığını artırmak için farklı fikirleri öngördü ve küçük işletmeler, yerel yönetimler, turizm acenteleri, konaklama veya diğer hizmet veya ürün sağlama dahil olmak üzere birçok paydaş bundan yararlandı.

## Çevrimiçi Kaynaklar

- Antonietta IVONA, Sustainability of Rural Tourism and Promotion of Local Development, Department of Economy and Finance, University of Bari, 70121 Bari, Italy; antonietta.ivona@uniba.it, Sustainability 2021
- Humaira IRSHAD, Rural tourism – an overview, Government of Alberta, October 2010
- Bogdan-Constantin Ibănescu, Oana Mihaela Stoleriu, Alina Munteanu and Corneliu Iatu, Article The Impact of Tourism on Sustainable Development of Rural Areas: Evidence from Romania, Published: 1 October 2018

## Kaynaklar

- Aglulia et al. (2009). Diversification and multifunctionality in Italy and the Netherlands: a comparative analysis. Conference Paper. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/228764306\\_Diversification\\_and\\_multifunctionality\\_in\\_Italy\\_and\\_the\\_Netherlands\\_a\\_comparative\\_analysis](https://www.researchgate.net/publication/228764306_Diversification_and_multifunctionality_in_Italy_and_the_Netherlands_a_comparative_analysis)
- Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural. Turismo no Espaço Rural. Available at <https://www.dgadr.gov.pt/diversificacao/turismo-rural>
- Maria-Irina, A. (2017). Ecotourism, agro-tourism and rural tourism in the European Union. Conference Paper: CACTUS 2017 - Contemporary Approaches and Challenges of Tourism Sustainability. Available at [https://www.researchgate.net/publication/320272966\\_Ecotourism\\_agro-tourism\\_and\\_rural\\_tourism\\_in\\_the\\_European\\_Union](https://www.researchgate.net/publication/320272966_Ecotourism_agro-tourism_and_rural_tourism_in_the_European_Union)
- Predag, V., et al. (2014). Importance of education and training local population in process of development rural tourism in Serbia. MPRA paper. Available at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/61726>
- Renting et al. (2019). Exploring multifunctional agriculture. A review of conceptual approaches and prospects for an integrative transitional framework. *Journal of Environmental Management*, 90(2), 112-123.
- Spataru et al. (2020). Principles of multifunctional agriculture for supporting agriculture in metropolitan peri-urban areas: The case of Greater Melbourne, Australia. *Journal of Rural Studies*, 74, 34-44.
- Todorova, S., Ikova, J. (2014). Multifunctional Agriculture: Social and Ecological Impacts on the Organic Farms in Bulgaria. *Procedia Economics and Finance*, 9, 310-320.
- UNWTO. (2020). UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development. Available at <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422173>
- UNWTO. (2021). Rural Tourism. Available at <https://www.unwto.org/rural-tourism>.
- Van Huylbroeck et al. (2007). Multifunctionality of agriculture: a review of definitions, evidence and instruments. *Living Reviews in Landscape Research*, 1, 1-38.



BÖLÜM 3

# Kırsal turizm türü





### 3. Kırsal turizm türü

#### 3.1. Kırsal turizm biçimleri

##### ● AGROTURİZM

Agroturizm, kırsal turizmin en yaygın kabul gören ve yaygın şeklidir ve en uzun geleneğe sahip olanıdır, zira agroturizm teriminin sıklıkla kırsal turizmi ifade etmek için kullanılması kafa karışıklığına neden olmuştur. Tarım turizminin kendisi, çiftliklerde konaklama ve/veya catering hizmetlerinin sağlanması ile karakterize edilen kırsal turizm alanında başka bir tipoloji oluşturmaktadır.

Bu tür kırsal turizm, aktif çiftliklerde (çiftlik turizmi) yer alır ve turistlerin farklı tarımsal faaliyetlere katılmasını mümkün kılar. Girişimcinin tarımsal faaliyeti ile turizm faaliyetinin her zaman ilişkili olması, tarım ve hayvancılık gelirinin bir tamamlayıcısı olması, tarım turizmi teriminin doğuştan gelen bir koşuldur. Tarımsal boyutu turist boyutundan ayırmak mümkün değildir; çiftçi, ana faaliyeti durmadan hizmeti sunar.

Yerel nüfusla ilişkisel bağlantılar kurma imkanı.

Talep, kırsal yaşamın tarımsal karakteri, yerel olma gerçeği ve yerel nüfusla ilişkisel bağlantılar kurma olasılığı tarafından motive edilmektedir.

Bu nedenle, turistlerin yerel geleneklerle ve tipik ürünler, el sanatları, etkinlikler, popüler kültür, vb.

##### ● EKOTURİZM - EKOLOJİK TURİZM

1983'te mimar ve yazar Héctor Ceballos Lascuráin, ekoturizmi (veya ekolojik turizmi) sorumlu bir turizm biçimi olarak tanımladı. Hem doğal çekiciliklerinin (manzaralar, yabani flora ve fauna) hem de orada bulunabilecek kültürel tezahürlerin tadını çıkarmak, takdir etmek ve incelemek için doğal alanlarda onları rahatsız etmeden seyahat etme gerçeği olarak tanımladı.

Bu anlamda tabiat turizmi gibi diğer kırsal turizm türlerinden ayırt edilmesi için terimin daha da geliştirilmesi gerekmektedir.

Ekoturizm olarak kabul edilebilmesi için şunları içermelidir:

1. Çevre üzerinde minimum etki.
2. Yerel topluluklara aktif katılım.
3. Koruma eğitimi (çevre eğitimi),
4. Ev sahibi toplulukta olumlu sinerjileri en üst düzeye çıkarmak.

2000 yılında DTÖ (dünya turizm örgütü) aşağıdaki tanımı sağlamıştır: ekoturizm, aşağıdaki özelliklere sahip turizm biçimlerini belirtmek için kullanılır:

1. Turistlerin birincil motivasyonunun doğayı veya doğal alanlarda baskın olan geleneksel kültürleri gözlemlemek ve takdir etmek olduğu doğaya dayalı her türlü turizm; doğa temelli turizmin eğitici ve kültürel unsurlarını içerir.
2. Eğitici ve yorumlayıcı unsurlar içerir.
3. Özel şirketler tarafından küçük gruplar için organize edilir, ancak bunlarla sınırlı değildir. Destinasyonda işbirliği yapan hizmet sağlayıcılar genellikle küçük, yerel işletmelerdir.
4. Doğal ve sosyo-kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkileri mümkün olduğunca en aza indirmeye çalışır.
5. Ekoturizm için çekim merkezi olarak kullanılan doğal alanların korunmasına katkı sağlar.

*Önceliği geliştirildiği doğal alanın korunması olan ve en iyi bilinen örnekleri kuş gözlemciliği, fauna gözlemi ve botanik turizmi olan turistik faaliyetlerden bahsediyoruz.*

## ● YEŞİL TURİZM:

Bu, önceki tipolojide olduğu gibi turist ve çevre arasında doğrudan bir bağlantı içeren bir kırsal turizm türüdür, ancak bundan farklı olarak, faaliyetin kendisinin referans ortamında ürettiği olumlu sinerjilere dayanmaz. Yeşil turizm veya doğa turizmi, ana referansı olarak peyzaja sahiptir ve amacı, turistin doğal çevreyle bütünleşmesidir.

Özellikle çevre ve doğa ile temas ile bağlantılı bir kırsal turizm türüdür. Bu tipolojiye doğa yürüyüşü, yorumlayıcı yürüyüşler, ata veya bisiklete binme, manzaralı rotalar vb. aktiviteleri de dahil ediyoruz.

## ● MACERA TURİZMİ

Bu, katılımcılarında keşif ve macera hissi yaratmak için doğal çevrenin kullanımına dayanmaktadır. Turist yerel çevreyi tanımaya aktif olarak katılır. Bu turizm türü, rafting, tırmanma, yamaç paraşütü, bungee jumping, 4x4, hayatta kalma, oryantiring, kanyon geçişi, rüzgar sörfü gibi riskli (aktif turizm, risk turizmi) olarak sınıflandırılan sportif faaliyetleri içerir.

Turistin ana motivasyonu, benzersiz, teşvik edici, heyecan verici bir deneyim yaşamaktır...

İkincil bir motivasyon olarak ortaya çıkan aktivitenin gerçekleştirildiği doğal çevrenin keşfinde değil (olayın kendisine içkin olmasına rağmen) "maceraı deneyimlemek".

## ● SPOR TURİZM

Gösteri ve risk hissinin esas olduğu özel spor aktivitelerinin geliştirilmesine dayanan bir tür kırsal turizm. Açık havada ve yollardan uzakta yapılan, genel kural olarak geceleminin bu amaçla kurulmuş yerlerde (kamp alanları, açık hava geceleri, sığınaklar, pansiyonlar vb.) yapıldığı faaliyetlerdir. Bu faaliyetlerden bazıları şunlar olabilir: kano, kayak, avcılık, balık tutma, yelken, motokros vb.

Bu modalite bazen macera turizmi veya doğa turizmi gibi diğer modalitelerle karıştırılabilir; bazı durumlarda birlikte görünürler: spor ve macera turizmi, doğa ve macera turizmi vb.

Turistin temel motivasyonu spor yapmaktır.

## ● SPA TURİZMİ YA DA SAĞLIK TURİZMİ

Bu, ya serbest akan termal suların varlığı ya da kaplıcalar olarak bilinen termal eğlence için donatılmış alanların varlığı ile termal merkezlerin varlığı ile karakterize edilen kırsal turizm alanlarını ifade eder.

Spa turistinin temel motivasyonu sağlık ve dinlenme kriterleri ile ilgilidir.

Tarihi kaplıcalar söz konusu olduğunda bu unsurun kültürel değeri de vardır.

## ● KIRSAL - KÜLTÜREL TURİZM

Bu tür turizm, önemli anıtların varlığına, geleneksel mimariye, kültürel ilgi olarak ilan edilen benzersiz festivallere, sanat eserlerinin varlığına, etnografya müzelerine vb. dayanan zengin tarihi ve sanatsal mirası nedeniyle turistlerin ilgisini çeken kırsal merkezlerde bulunur.

Turistin ana motivasyonu, her açıdan yerel kültürün bilgisidir: gastronomi, genel olarak kültür, gelenekler, şenlikler, yaşam biçimleri, mimari vb.

Dolayısıyla hem maddi hem de manevi bir kültürel miras meselesidir.

Maddi kültürel miras genellikle kırsal alanlarda yaygındır ve bir miktar köylerde yoğunlaşmaktadır.

## ● ETKİNLİK TURİZMİ

Bu, geleneksel olarak kentsel çevreyle daha yakından bağlantılı olan yeni bir kırsal turizm türüdür. Bununla birlikte, talepteki değişiklikler, etkinlik turizminin kentsel alandan ve kırsal çevreye taşınmasına neden olmuştur.

Kırsal çevrede turistlerin varlığıyla sonuçlanan, genellikle tekil bir olayı diğerlerinden ayıran özel özelliklerle tanımlanan bir yerde deneyimlemekle motive olan çok çeşitli nitelikteki olayların organizasyonuna atıfta bulunur.

Bu tipoloji içerisinde inanç turizmi, panayırın kutlanmasıyla bağlantılı turizm, geleneksel olaylar, tarihi olaylar ve anma törenleri, festivaller vb. yer alabilir.

## ● BİLİM TURİZMİ

Yaşam motivasyonu, neyin yabancı, yeni ve egzotik olduğu bilgisi ile motive edilen ve onları genellikle insan yerleşimlerinden uzak ve otel altyapısı ve ilgili hizmetlerden yoksun benzersiz bölgelere seyahat etmeye yönlendiren bilimsel nedenlerle itilen turistlerin varlığında yatan, kökleri Latin Amerika'ya dayanan bir kırsal turizm türüdür.

Belli bir dereceye kadar turist olan bu turistler, daha çok gezginler, keşif ve bilgi ile motive olurlar. Ekoturizm ve doğa turizmi ile yakından bağlantılı, bilimsel doğası ile bu turizm türlerinden ayrılan bir turizm şeklidir.

Bu tür turizmin, 19. yüzyılda Avrupalı seyyahların yaptığı seferlerle ilişkili güçlü bir geleneğe sahip olduğu söylenebilir.

## ● KÖY TURİZMİ

Bu, kırsal bir belediyede bir turistin veya tatil uygulamasının gelişimini ifade eder. Genellikle turistler ve köy arasında bir bağlantı vardır: aile ilişkileri veya ikinci evler.

Öyle ya da böyle gecelik konaklama turistin mülkünde yapılıyor, bu nedenle bazı sektörlerde bu tür faaliyetler gelir getirmesine ve gidilen yerlerin ekonomisine hareketlilik katmasına rağmen bir turizm türü olarak kabul edilmiyor.

Geri dönüş turizmi bu türün bir parçasıdır, tatil dönemlerinde menşe yerlerine dönen insanların akışını oluşturan kentsel alanlara güçlü göç yaşayan iç bölgelerde bulunur.

## ● KIRSAL ORTAMIN KIYI ALANLARIYLA TAMAMLANMASI

Büyük kıyı turizm merkezlerinden, genellikle geceleme-yen günlük ziyaretçi akınlarını alan, kıyıya yakın kırsal ortamlarda gerçekleşen kırsal turizm türüdür. Bu tür turizm, İspanyol Akdeniz kıyılarının tipik bir örneğidir.

Turistler, huzur ve sükunet arayışıyla ve gastronomi, popüler festivaller, etnografya vb.

## ● KIRSAL TOPLUM TEMELLİ TURİZM

Bu tür kırsal turizm, uluslararası işbirliği ajansları ve sivil toplum kuruluşlarının mali ve teknik desteğiyle toplum temelli kuruluşlar tarafından temel olarak Latin Amerika ve Karayipler'de geliştirilmiştir.

Guereña'ya (2004) göre, toplum temelli kırsal turizmle bağlantılı turizm faaliyetleri yerel kuruluşlar tarafından yönetilir: kooperatifler, üretici birlikleri, koruma dernekleri, kadın grupları, vakıflar, komiteler, vb.

Aynı yazar, bu aktiviteyi tanımlayan en fazla altı özelliğe dikkat çeker (UNDP 2005):

1. Kırsal toplumun doğal zenginliğini ve günlük yaşamını bütünleştirir.
2. Turizm teklifinde sürdürülebilir üretken uygulamaları teşvik eder.
3. Turizm deneyimi kırsal dinamiklere uyarlanır, bir ülkenin veya bölgenin kırsal bölgelerini karakterize eden

özgünlüğü, rustikliği, rahatlığı ve konforu korur.

4. Birkaç aileyi veya tüm toplumu dahil ederek yerel organizasyonu güçlendirirken yerel yönetim ve katılıma dayanır.

5. Yerel nüfusu bu girişimci faaliyete entegre eder, faydaları adil bir şekilde dağıtır ve kırsal ailelerin gelirlerini tamamlar.

6. Yerel halk için arazi kullanım hakkını teşvik eder.

Toplum Temelli Turizm uygulayan turistler, ev sahibi toplulukların (yerli halklar, yok olma riski altındaki kırsal topluluklar, uzak topluluklar, vb.), genellikle kalkınma zorlukları gösteren) gelişimine katılmaya ve işbirliği yapmaya motive olurlar, kırsal kalkınma ile ilgilenirler ve sürdürülebilirlik kriterleri, sivil toplum kuruluşları ile işbirlikçi veya işbirlikçidir ve yerel kültür ve gelenekleri öğrenmek ve keşfetmek ve bunlara aktif olarak katılmakla ilgilenir.

### 3.2. Kırsal turizm faaliyetleri

Kırsal turizm ile, bir kırsal bölgenin doğal, çevresel ve kültürel varlıklarından turistlerin yararlanmasını amaçlayan konukseverlik, resepsiyon, yiyecek-içecek, boş zamanların organizasyonu (deneyimler) ve diğer herhangi bir tamamlayıcı hizmetin sağlanmasından oluşan bir faaliyetler kompleksini kastediyoruz.

Bu nedenle kırsal turizm, turistlerin faaliyetlerini gerçekleştirdiği alan ve dolayısıyla yalnızca turist deneyimini oluşturan faaliyetlerin içeriği ile tanımlanmaktadır, dolayısıyla bu tür turizmin temeli geniş anlamda kırsal çevredir.

Kırsal bağlam, genellikle, genellikle kentsel alanlarda yaşayan ve boş zamanlarının bir kısmını doğayla yeniden bağlantı kurmak veya sadece doğayla iç içe olmak için harcamak isteyen insanların ilgisini çekebilen, ilginç bir doğal, tarihi-kültürel ve mimari miras ile karakterize edilir. alışılmış yaşam tarzlarından uzaklaştı.

Kırsal turizm, kitle turizmine bağlı maksimum karlılık kavramının aksine, kaynakların optimal kullanımı, yerel nüfusun entegrasyonu, çevrenin korunması ve iyileştirilmesi ile sürdürülebilir kalkınma ile uyumlu, kırsal ve doğal alanlarda gerçekleştirilen her türlü faaliyeti içerir.

Deniz ve deniz turizmi, büyük şehirlerdeki turizm, eğlence turizmi gibi konsolide destinasyonlardan gelen turist akışlarını yerinden eden niş turizmin en önemli unsurudur. Kırsal turizmin hedefinin ontolojik olarak çok sayıdaki turizmin hedeflediğinden farklı olduğu açıktır; pazarlama terimleriyle ifade etmek gerekirse, kırsal turizm sözde uzun kuyrukta.

Son yıllarda, kırsal ve doğal bağlamlarda yer alan konaklama tesislerinin giderek daha fazla göze çarpan gelişimi sayesinde, kırsal turizm kapsamlı bir gelişme göstermiştir. Bu gelişme, son iki yılda (bu arada tüm turizm türleri gibi) covid-19 pandemisi nedeniyle sağlık acil durumu nedeniyle kesinlikle yavaşladı. Bununla birlikte, bu kriz durumu, ortalama turistte, büyük akışlarla kuşatılmayan yerlerin en güvenli, en kolay erişilebilir ve çoğu zaman en ucuz olduğu fikrinin kök salmasına yardımcı oldu ve kırsal turizmin güçlü yanlarını vurguladı.

Zamanla, kırsal turizm, en basitinden en ayrıntılına kadar değişen ürünlerle, geniş ve çeşitli bir teklif sayesinde pazardaki konumunu sağlamlaştırdı.

Deneyimler ve etkinlikler için en büyük fırsatları sağlayan kırsal turizmin en güçlü biçimleri arasında şunları buluyoruz:

1) Tarım turizmi: Turistin aktif olarak katılabileceği konaklama, yerel gastronomi hizmetleri ve/veya tarımsal faaliyetle ilgili faaliyetlerin sağlanması ile ilişkilidir. (Örn: reçel yapmak, inek veya keçi sağmak, peynir yapmak, sosis yapmak, zeytinyağı yapmak, hasat, şarapçılık işlemleri, arıcılık vb.).



2) Spor turizmi: Ormanda, kırsal alanda ve yüksek doğal değere sahip alanlarda ve kırsal alanlarda herhangi bir spor veya açık hava eğitimi uygulamasına odaklanır. (Örn: trekking, bisiklet, okçuluk, yoga, vücut ağırlığı, oryantiring, koşu vb.).

3) Macera turizmi: Keşif hissi yaratmak için çevreyi veya doğal çevreyi bir kaynak olarak kullanır, bu nedenle temel amacı bu hisleri aktarabilmek ve dolayısıyla çok sık kullanılmayan mekanlara ihtiyaç duymaktır. (Örn: sparta yarışı, parkour, rafting, akrobatik rotalar, yamaç paraşütü, yürüyüş, tırmanma, hayatta kalma, botla, sörf vb.).

4) Kültür turizmi: Dini duygulardan mevsimlerin geçişine ve doğanın üretken döngülerine bağlı ayinlere kadar, popüler ve köylü kültürüyle bağlantılı yerel geleneklerin bilgisine ve doğrudan deneyimine dayanır. (Örn: geleneksel tarımsal gıda üretim yöntemleri, geleneksel etkinliklere ve festivallere katılım, müze ve anıt ziyaretleri, kırsal uygarlığın sembolik yerlerine ziyaretler, yerel diller ve kültürlerin incelenmesi, tarihi çevreler, mimari veya arkeolojik açıdan ilgi çekici yerlere ziyaretler, vb.) .

5) Yiyecek ve şarap turizmi: bir yerin hammaddeleri, tipik ürünleri, mutfak çekicilikleri hakkında doğrudan ve deneyimsel bilgilere dayanır (Örn: tarımsal gıda şirketlerine rehberli ziyaretler, gurme turizmi, yemek pişirme dersleri, mahzen ziyaretleri ve tadımlar, fırın ürünleri tadımı, yağ tadımı, geleneksel pastacılık dersleri vb.)

6) Ekoturizm: İçinde yer aldığı doğal alanın korunmasının öncelikli olduğu turizm segmenti olarak tanımlanan kırsal turizmin daha az istilacı ve daha sürdürülebilir bir şeklidir, bu nedenle tasarımı her şeyden önce doğal çevreyi dikkate alır ve bu nedenle korunması, diğer faaliyetlerle karşılaştırıldığında. "(Örn: çevre eğitimi, ekosistemler üzerine açık hava atölyeleri, flora ve faunanın gözlemlenmesi, kuş gözlemciliği, hayvan izlerinin aranması vb.).

Açıkır ki, kırsal turizm tarafından sağlanan faaliyetlerin çeşitliliği, bu özel turizm biçimini, turistlerin ziyaret edilen yerlere en fazla "dalmasını" sağlayan turizm kılmaktadır.

## KAYNAKLAR

- Lane B., Kastenholz E., 2018, "Rural Tourism- New Concepts, New Research, New Practices, Routledge
- Oriade A., Robinson P., 2017, "Rural Tourism and Enterprise – Rural Tourism and Enterprise: Management, Marketing and Sustainability", Cabi Tourism Text
- Ercole e., 2019, "Turismo rurale. Sviluppo locale, sostenibilità, autenticità, emozioni", Franco Angeli
- Meloni B., Pulina P., 2020, "Turismo sostenibile e sistemi rurali locali. Multifunzionalità, reti d'impresa e percorsi", Rosenberg & Sellier
- Goetz M., Rossi A., 2011, "Tourist Experience Design", Heopli

### 3.3. Kırsal turizm ve ağlar

Kırsal turizm, küçük üreticilerin veya üretim birimlerinin gelir kaynaklarını çeşitlendirmesine ve genişletmesine olanak tanıyan, böylece tarımsal üretime ve işlemeye olan bağımlılıklarını azaltan tarımı tamamlayıcı bir ekonomik faaliyettir. Bu turizmin gelişmesi için, bir topluluğun sakinlerini kalıcı işler ve serbest meslek yaratma konusunda eğitmek ve organize etmek esastır.

Kırsal turizm, bir bölgenin doğal ve kültürel kaynaklarını kullanmanın yanı sıra yerel mirasa saygı göstermenin bilinçli uygulaması ile karakterize edilir; kırsal bir toplulukla bir arada yaşama ve etkileşim faaliyetlerini, sosyal, kültürel ve üretken ifadeleri öğrenmelerini sağlayacak şekilde bir ağ içinde organize etmeyi amaçlayan, çevresel ve sosyo-kültürel etkisi düşük bir üründür. .

Kırsal turizm, onu geliştiren yerel halk tarafından arzulanan ve kontrol edilen bir turizm olması ile karakterize edilir, bu nedenle bir buluşma yeridir ve toplumun yaşam deneyimlerinin paylaşıldığı bir turizmdir ve bu nedenle aşağıdakileri teşvik eden bir turizmdir:

- Yerel inisiyatif
- Yerel Yönetim
- Küçük tarım üreticilerinin gelirlerinin çeşitlendirilmesi ve artırılması
- Yerel kültürün zenginleştirilmesi
- Çevrenin bakımı ve bakımı
- Mimari eserlerin bakımı ve bakımı
- Yerel operatörler arasında iş birliği
- Yerel halk ve turistler arasındaki etkileşim

Kırsal turizmin gücü, büyük ölçüde, kırsalda yaşayanların turistlerle etkileşim kurma yeteneği ile ilgili yönlerde yatmaktadır: misafirperver olmak, dünyalarını ve köklerini açıklamak, bilgilerini iletmek, faaliyetlerini teşvik etmek.





## BÖLÜM 4

# Mevcut durum analizi (MDA) ve ilgi çekici noktalar (İÇN)





## 4. Mevcut durum analizi (MDA) ve ilgi çekici noktalar (İÇN)

### BULGARİSTAN

### TRAN BÖLGESİ - AGRITOUR

#### Alanın özellikleri

Pazar analizi, yaklaşık 2400 kişilik nüfusa sahip Tran kırsalında yapıldı. Bulgaristan'ın batısındaki Pernik Eyaletinde, Sırbistan sınırına 15 km uzaklıkta bulunan küçük bir kasabadır. Bu bölge çok sayıda müze, kilise, doğal miras parkı ve nehir bulunduğu için kültürel miras açısından oldukça zengindir. Kırsal alan ekolojik turizm ve farklı turistik faaliyetler için oldukça uygundur. Bölge, güzel dağlar, tepeler, nehirler ve Tran bölgesindeki ziyaret edilecek tüm yerlerin sadece küçük bir kısmı olan antik kiliselerle karakterizedir. Pazar analizimiz tüm bu açıklamaları doğruladı ve bize bir kez daha kırsal alanın büyük potansiyelini gösterdi. Tran, Orta Çağ'da kurulmuş eski bir ortaçağ yerleşimidir. Bu dönemde yerleşimin varlığı, ortaçağ mezarlık kilisesi "Aziz Petka" tarafından keşfedilen geç ortaçağ seramik fırınından ve kasabadaki yeni inşaatın başlangıcında keşfedilen binalardan doğrulanmaktadır.

#### Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim

2021-2027 dönemi için Tran Belediyesi'nin kültürel mirasının korunmasına yönelik bir strateji bu yılın başında sunuldu. Bu Stratejinin temel amacı, Tran Belediyesi'nin kültürel mirasının korunması için bir sistemin oluşturulması ve inşa edilmesi ve belediyenin sürdürülebilir kalkınması için bir faktör haline gelmesi ve ekonomik ve sosyal değere sahip kültürel sermayenin oluşturulması için ön koşulların oluşturulmasıdır.

## Kültürel ve doğal miras

Analiz edilen varlıkların ana türü kültürel varlıklardır: %30 müzeler, %20 kütüphaneler, %10 eğitim çiftlikleri, %10 milli parklar, %10 kiliseler veya manastırlar, %10 tarihi binalar ve %10 açık hava spor alanları (macera parkları ve diğerleri) ). Hemen hemen çoğu, konumlarının iyi olduğunu onaylıyor, bunun yerine %30'u siteye erişimin o kadar kolay olmadığını ve yol işaretlerinin yetersiz olduğunu düşünüyor. Maalesef hiçbiri engelliler için erişilebilir değil. Görüşülen kültür varlıklarından sadece ikisi saat 09.00-17.00 arası çalışma saatlerini belirtmektedir. Diğerleri daha sonra kapanıyor – 18:00, 19:00 ve hatta 20:00 pm. Haftalık kapanış günleri ile ilgili olarak, sitelerin %20'si hafta sonları kapalıdır ve bu da turist akışları üzerinde kesinlikle olumsuz bir etkiye sahiptir. Analiz edilen varlıkların çok küçük bir kısmı, bilgi için sesli kılavuzları veya diğer etkileşimli standları kullanır. Çoğu, %70'i, sadece bilgi stantlarına ve yer hakkında bilgi içeren kağıt broşürlere/el ilanlarına sahiptir. Varlıkların %90'ının personeli İngilizce, %30'unun personeli ise bir yabancı dil daha konuşmaktadır. Fiyat aralığı 2 BGN (1 EUR) ile 19 BGN (8 EUR) arasındadır. Tüm siteler için ana hedef gruplar aileler ve yabancı turistlerdir. Varlıkların sadece %10'unun başka bir kuruluşla ortaklığı vardır. Görüşülen sitelerin yarısı voucher siteleri, radyo reklamları ve tur operatörü web siteleri olarak bir tanıtım ağına yer almaktadır. %70'i tanıtım için kendi web sitesini ve sosyal medyayı kullanıyor.

## Ağırlama ve konaklama

Ev konaklamaları (misafir evleri), görüşülen varlıklar arasında en popüler olanıdır. Ağırlama ve konaklama için piyasa analizi şunları içerir: aile yanında konaklama, oteller, apartman, bungalow, B&B, barlar, tavernalar ve restoranlar. Bunların yarısı, %50'si kırsal bir bölgede veya kırsalda yer almaktadır ve erişilebilirliği ve yol işaretlerini yetersiz veya yetersiz olarak tanımlamıştır. Görüşülen sitelerin sadece %10'u altyapı ve ulaşım seçeneklerini yeterli bulmaktadır. Bunların sadece %60'ı için park yeri mevcuttur ve sadece %20'si engellilere uygun hale getirilmiştir. İncelenen varlıkların çoğunluğu sosyal medyada mevcuttur. Bunların hepsinin hedef kitlesi yabancı turistler ve aileler. Turist akışı %10 için mevsimseldir. Sitelerin %65'inde kartlı ödemeler ve online ödemeler mevcut değil, bu nedenle turistler nakit ödemek zorunda. Görüşülen paydaşlardan yalnızca üçü bir promosyon ağına (Booking.com) parçasıdır. Bir kişi için bir gecelik konaklamanın ortalama fiyatı 26,55 EUR'dur. Tesislerin hiçbiri bir turist güzergahına veya güzergahına dahil değildir.

## Turist rehberleri ve dernekler

Görüşülen turist rehberlerinden sadece ikisinin lisansı veya sertifikası bulunmamaktadır. Anketlerimize katılan turist rehberlerinin yarısı aynı zamanda yürüyüş rehberleri veya diğer outdoor spor rehberleridir. Bunların %50'si halihazırda diğer kuruluşlar veya derneklerle işbirliği yapmıştır. Sağladıkları farklı hizmetler arasında şunları bulabiliriz: dağ bisikleti, çevre atölyeleri, flora/fauna izleme, kültür turizmi, trekking parkuru, yoga, mağaracılık, oryantiring ve yürüyüş. Turist rehberlerinin yarısı, katılımcıların yaralanma riskini kapsayan bir sigorta poliçesi sunmaktadır. Hepsi en az bir yabancı dil konuşuyor, Rusça ve İngilizce en yaygın olanları. Yalnızca bir rehber, hizmetlerini kart veya banka havalesi ile ödeme imkanı sunar. İş için sırasıyla e-ticaret araçlarını kullanıyor.

Kılavuzların geri kalanı ödemeleri yalnızca nakit olarak kabul eder. Yarım gün için ortalama fiyat 81,16 BGN'dir (= yaklaşık 40 EUR). Çoğu, sahip olabilecekleri en iyi reklamın tavsiyeler üzerine olduğunu düşünüyor. Görüşülen rehberlerin çoğu tanıtım ve iletişim için sosyal ağları ve diğer e-kanalları kullanıyor olsa da.

## İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

Yerel geleneklerin korunmasına örnek teşkil eden beş iyi uygulama seçtik. İyi bir uygulamanın ilk örneği "Zoo Alice" dir. Kırsal bölgemizdeki bir köyde yaşayan bir aile, midilli, kara kuğu, gergedan, alpaka, kuş türleri ve diğerleri gibi farklı hayvanları yetiştirmeye ve aramaya karar verdi. Evleri, köyün sonunda, Borova Gora'nın yakınında sakin bir yerde bulunuyor. Kaydıraklı çocuk oyun alanı, salıncaklar ve kum havuzu bulunan geniş bir avlu vardır. Tüm ziyaretçiler hayvanları görebilir, dokunabilir ve evcilleştirebilir. Bütün hayvanlar evlerinin bahçesinde. İkinci iyi örnek, Bulgaristan dünyanın en büyük gül yağı üreticilerinden biri olduğu için "Gül Festivali" dir. Bu tür etkinlikler, ailelerin ülkelerinin mirasını keşfetmelerine ve çocukları gelenekler, yerel folklor ve kültürel etkinlikler hakkında eğitmelerine yardımcı olur. Ekonomiyi olumlu yönde etkileyen sosyo-kültürel bir olaydır. Yoğurt Müzesi iyi bir örnek olarak üçüncü tercihimiz. Bu, bu buluşu korumanın harika bir yoludur, çünkü sadece mutfağa büyük bir katkı değil, aynı zamanda tüm dünya için bir mirastır. Dördüncü en iyi örneğimiz, eski zamanlardan gelen ve Bulgar folklor geleneğinin bir parçası olarak günümüze kadar korunan Surva Uluslararası Maskeli Balo Festivali. Seçtiğimiz son örnek, Trun bölgesinde yer alan "Zelenigrad" adlı bir misafirhanedir. Bölgenin en büyük anıtları ve kültürel miras alanlarıyla çevrilidir. Ev bir aile tarafından tutulur ve yerel turizmin büyümesine yardımcı olur.

## SONUÇ

### • Güçlü Yönler

Bulgaristan, kırsal alanların geliştirilmesinde büyük potansiyele sahiptir. Ülke, farklı turizm türleri için elverişli dört mevsim iklimi ile çok çeşitli bir doğaya sahiptir. Trun bölgesi zengin bir kültürel ve tarihi mirasa sahip, eski çağlardan beri yerleşim gören bir belediyedir. Belediyenin önemli avantajlarından biri de Bankya köyünde doğal maden suyunun bulunmasıdır.

Ayrıca ekonomik öneme sahip minerallerin bir konsantrasyonu da vardır (altın trakit, kuvars ve diğerleri gibi). Bölge, hem kozmetik hem de tıp alanında uygulama alanı bulan kil ve huma bakımından zengindir.

"Bulgaristan'daki 100 turistik yer" listesinde kayaya oyulmuş kilise Sveta Petka, seramik müzesi, yoğurt müzesi, Erma nehri, Trun Eco yolu gibi birçok turistik yer var. Bölgenin tarihi ile ilgili iyi korunmuş ve restore edilmiş kültürel anıtlar ve sitler bölgenin en büyük güçlerinden biridir. Suç teşkil eden eylemlerin olmaması da olumlu bir noktadır.

### • Zayıf Yönler

Bulgaristan'ın pazarlama ve reklama yatırım yapması gerekiyor, çünkü birçok işletme internette bile bulunmuyor.



Bölge, bölgedeki kültürel ve tarihi simgelerin, yerel gastronominin, folklorun ve geleneklerin aktif tanıtımı ve reklamı amacıyla medya, sponsorlar, reklamcılar vb. ile bir iletişim açısından yoksundur. Yüksek işsizlik seviyesi ve kötü yol koşulları ve altyapı da bölgenin zayıf yönleri.

## ÖNERİLER

### Kültürel ve Doğal Miras İçin Öneriler

İncelenen kültürel/doğal miras anıtlarının sadece %10'u, ona ulaşmak için erişilebilirliği ve ulaşım türlerini mükemmel olarak görmektedir. Bununla birlikte, verebileceğimiz ilk tavsiye, belediyeden (belediye başkanı veya yerel yönetimle ilgili diğer kişilerden) erişilebilirliğin iyileştirilmesini talep etmektir. Kırsal alanlarda yolların çoğu zaman en iyi koşullarda olmadığına bilincinde olsak da. İkinci öneri, mekana giden yeterli sayıda yol levhasının sağlanmasıdır. Daha fazla yabancı çekmek istiyorlarsa bu çok önemlidir.

Çıkarılan verilerle bağlantılı olarak, incelenen tüm tesisler engelli kişilerin erişimini iyileştirmelidir. Dünya Sağlık Örgütü, dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15'inin bir şekilde engelli olduğunu belirtiyor. Rampa erişimi, yeterli banyo tesisleri, otomatik giriş kapıları ve diğerlerini kurmayı düşünmenizi öneririz. Engelli kişilerin erişimini sağlamak, herkes için erişimi iyileştirmek anlamına gelir, çünkü örneğin bebek arabası veya bisiklet sürücüsü olan aileler için rampa erişimi de gereklidir.

Dijital bir dünyada yaşıyoruz ve yeni teknolojiler günlük hayatımızda giderek daha fazla yer alıyor. Buna göre görüşülen kültürel/doğal yerlerin %40'ının web sitesi bulunmamaktadır. İşletmenin dijital varlığı için biraz bütçe ayırmanızı öneririz. Sosyal medya günümüzde bir işletmeye, yere, otele, restorana vb. danışmak için en kolay ve hızlı yoldur.

Bulgaristan'da insanların çoğu için çalışma haftası Pazartesi'den Cuma'ya kadar olduğundan, personelin izinli olduğu günlerin hafta sonu olmamasını ve Cumartesi ve Pazar günleri açık kalmasını öneriyoruz. Yerel sakinler, hafta sonları tesisi kesinlikle daha fazla ziyaret edebiliyorlar. Ayrıca, çalışma saatlerini sabah 10:30 – 11:00 ile akşam 20:00 – 20:30 arasında tutmanızı öneririz.

Tesise erişimi sağlamak için herhangi bir ek destek şiddetle tavsiye edilir. İnteraktif stantlar, rehber rezervasyonları için mobil uygulamalar veya tesis hakkında faydalı bilgiler sağlayabilirsiniz, güzel bir deneyim için önemli faktörlerdir. Nakitsiz ödeme olasılığını önemli buluyoruz, bu nedenle dijital ödeme yöntemlerinin (kredi kartıyla, uygulamalarla, web sitesi aracılığıyla) kullanılması büyük bir avantaj. Tek bir standart biletin ortalama fiyatı 8,42 BGN'dir (yaklaşık 4 EUR). Bilet fiyatını %10 artırmanızı öneririz. Bu ek para, bu tavsiyelerin bir kısmını tamamlamak için çok faydalı olacaktır.

İşi büyütmek için farklı tanıtım ağlarında yer almanız önerilir. Günümüzde, hediye çekleri veya ağlar için birçok platform ve web sitesi mevcuttur. Büyümenin ve yeni müşteriler bulmanın birçok yolu vardır. Kültürel/doğal miras tesisinin farklı kanallardan tanıtılması önemlidir. Çevrimdışı tanıtım kesinlikle yeterli değildir. Daha fazla turist çekilmesini sağlayacak aylık faaliyetlerin uygulanması için bölgesel bir pazarlama planının ve etkili bir planın geliştirilmesini tavsiye ediyoruz.

## Ağırlama ve konaklama sektörü için öneriler

Ağırlama ve konaklamanın rolü turizm için çok önemlidir. Bu nedenle bu sektörün performansını her geçen gün iyileştirmesi gerekiyor. Müşteriler, özellikle COVID-19'dan sonra giderek daha talepkar hale geliyor ve ihtiyaçları farklılaşıyor. Turizm ve konaklama sektörü, pansiyon, evde konaklama, misafirhane, çiftlikte konaklama, kampçılık ve diğerleri gibi çeşitli biçimler alan çok sayıda küçük konaklama işletmesine sahiptir.

Bulgaristan'daki Konaklama sektörüne sunmak istediğimiz başlıca tavsiyeler, erişilebilirlik ve yol işaretleri, park tesisleri, ortaklıklar ve işletmelerin tanıtımı ile ilgilidir. Toplanan verileri dikkate alarak şunları tavsiye ederiz:

Konukların kalışlarının daha iyi organizasyonu için yönetim becerilerini geliştirmek ve yazılımları/sistemleri uygulamak;

Özel ihtiyaçları ve engelleri olan kişilerin erişilebilirliğini sağlamak;

Müşteri ilişkilerine ve işletmenin pazarlamasına yatırım yapın;

Farklı fiziksel aktiviteler, geleneksel yemek atölyeleri veya kültürel ziyaretler içeren "paketler" oluşturun;

Yerel çiftçilerden yerel yemekler sunun ve konuklar ile yerel üreticiler arasında bir tanıtım ağı oluşturun;

Folklor programları veya diğer eğlenceli aktiviteler düzenleyerek konuklara otantik bir duygusal deneyim yaşatın;

Konaklama/restoran yakınında park alanları sağlayın;

Birçok kırsal alanda, mobil operatörlerin ve sırasıyla İnternet sağlayıcılarının kapsama alanında bir sorun var. Günümüzde turistleri çekmek için akıllı cihazların, iletişim teknolojilerinin vb. kullanım koşullarını sağlamalıyız. Bu olmasaydı, hiçbir turist birkaç saatten fazla gelmezdi;

Siteleri ve bölgeyi iyileştirmek için potansiyel sübvansiyonlar için ilgili Avrupa veya Ulusal projeler hakkında araştırma yapmak.

Kültür, tarih, gelenekler ve yerel ürünler arasındaki sinerji, belediyenin topraklarını kaliteli kırsal ve kültür turizmi için tercih edilen bir destinasyon haline getirmeye katkıda bulunacaktır.

## Turistik rehberler ve dernekler için öneriler

Turist rehberleri, insanlarla doğa/kırsal alanlar arasında bir arabulucu gibidir. Bulgaristan'da turist rehberinin rolü çoğu zaman hafife alınmaktadır. Pazar analizimizi dikkate alarak, aşağıdaki önerileri sunarız:

- Sağladıkları hizmetleri farklı mecralarda (sosyal medya, oteller, müzeler ve seyahat acenteleri ile doğrudan tanıtım) aktif olarak tanıtmak;
- Yaralanma riskini karşılamak için ek bir sigorta sunmak;
- Yürüyüş, dağ bisikleti, kışın köpek kızağı, binicilik, dağda yoga, mantar toplama gibi ilgi çekici aktiviteler ekleyerek hizmetlerini çeşitlendirmek;
- Bir müzede, yerel yemeklerin sunulduğu bir tavernada, geleneksel yiyeceklerin satın alındığı veya hediyelik eşyaların bulunduğu bir dükkanda duraklarla özel güzergahlar oluşturun;

- Sertifikalar ve ek turizm kursları için zaman ve küçük bir bütçe ayırın;
- Turistlere zevk vermek ve onları ağırlamak için ücretsiz çay veya başka bir şey ikram edin.

## YUNANİSTAN BOEOTIA REGION – A.L.L.I

### Alanın özellikleri

Yunanistan'da tarif edilemez doğal güzelliğe ve önemli kültürel geçmişe sahip birçok kırsal destinasyon var. Ancak, hepsi aynı derecede tanıtılmaz ve sonuç olarak ünlü turistik yerler oluşturmazlar. Bunlardan biri Boeotia ve Escape2 Projesi için bu bölgenin seçilmesinin ana nedeni.

Orta Yunanistan'ın bölgesel birimlerinden biri olan Boeotia'nın 2.954 km<sup>2</sup>'lik bir alanı kaplayan ve 120.432 nüfusa sahip kırsal alanı üzerinde bir pazar analizi yapılmıştır. Başta Kopaida ve Thebes ovaları olmak üzere ova ekili alanlarının önemli bir yüzdesi nedeniyle ülkenin en zengin ve verimli kırsal alanlarından biridir, kültürel mirası ile birçok arkeoloji müzesi, kilise ve ünlü olarak bilinir. manastırlar orada bulunur. Köknarla kaplı yamaçlar, uluslararası üne sahip patikalar, şelaleler ve benzersiz bir ekosistemin uçsuz bucaksız bitki örtüsü, bu destinasyonu bu kadar benzersiz kılan şeylerden sadece birkaçı. Üstelik Boeotia, Atina'ya çok yakın bir konumdadır ve turistler tarafından kolayca erişilebilir, bu da onu ekolojik turizm ve alternatif turistik faaliyetler için çok uygun bir yer haline getirir. Pazar analizi araştırması açısından, olası popüler turistik destinasyonlara dönüştürülebilecek durumlar olarak Boeotia'daki birkaç belirli kırsal alan seçilmiştir; Thebes şehri ve diğer 16 topluluktan oluşan Thebes Belediyesi, Livadia, Davlia, Koronia, Kyriakiou ve Heronias birimlerinden oluşan Livadia Belediyesi, Distomo, Arachova ve Antikyra birimlerinden oluşan Distomo Belediyesi ve Orchomenos Belediyesi, Orchomenos ve Akrefnio birimlerinden oluşuyor.

### Kırsal Turizm: politikalar, programlar ve yönetim

"LEADER aracılığıyla Boeotia'daki yerel kalkınmanın desteklenmesine yönelik özel projeler" 2014-2020 yılları arasında Boeotia bölgesinde bir kalkınma projesi olarak tanıtıldı. Spesifik proje, tarım ürünlerinin işlenmesi, pazarlanması ve/veya geliştirilmesi, turizm, hizmet sunumu, yazlık sanayi, ormancılık teknolojileri, gıda ve iş ortaklıkları gibi çeşitli ekonomik sektörlerde eğitim programlarını ve yatırımları desteklemeyi amaçlayan 12 alt eylem önerdi. kırsal turizm. Bununla birlikte, bölgedeki hem ulusal hem de Avrupa kalkınma girişimlerinin sınırlı ve düzensiz olduğu belirtilmelidir.

### Turizm verisi

Boeotia bölgesinden katılan paydaşlar tarafından yanıtlanan anketlere dayalı bir araştırmanın sonuçlarını takip eden analiz. Bu alandan ulaşılan 367 paydaştan 41'i turizm sektörü temsilcileri tarafından yanıtlanmıştır. Daha spesifik olarak, kültürel ve doğal miras sektöründen 15, konaklama endüstrisinden 13 ve turist rehberliği sektöründen 13 paydaş vardı.



## Kültürel ve Doğal Miras

Analiz edilen varlıkların çoğu kültürel varlıklardır: 5 müze, 4 kilise ve manastır, 4 eğitim çiftliği, 1 kütüphane ve 1 tarihi bina. Bu varlıkların çoğu kırsal alanlarda (15'te 6), bazıları dağlık kırsal alanlarda (15'te 3), diğerleri kentsel ortamlarda (15'te 5) ve biri kırsal bir alandaki antik bir şehirde bulunuyor. Erişilebilirlik ve ulaşım ile ilgili olarak, tüm paydaşlar toplu taşıma ve yol ağının genel olarak tatmin edici ve güvenli olduğunu belirtmiştir.

Ankete katılanların ana yorumu, yol işaretlerinin açık ve açıklayıcı olduğuydu. Ayrıca 15 binadan 10'u engellilerin erişimine uygundur ki bu da tatmin edici bir sayıdır. Müzeler tüm yıl boyunca açıktır, 3'ü 08:00'de açılıp 22:00'de kapanır, biri 09:00'da açılıp 16:00'da diğeri ise 11:00'de açılıp 18:00'de kapanır. Önemli bir olumlu yön, çoğu müzenin tatillerde açık olması, ailelere ziyaret etme ve orada tatillerinin tadını çıkarma fırsatı veriyor. Hemen hemen tüm varlıklar turistlere ve ziyaretçilere broşürler, kitaplar ve resimli kitapçıklar sağlarken, bunlardan biri de resimli broşürler, etkileşimli materyaller (sesli, görsel) ve video paneller sunmaktadır. Ayrıca, bu varlığın temsilcileri ve çalışanları yeterli dil becerisine sahiptir ve tamamı İngilizce bilmektedir. Varlıklar tarafından en sık kullanılan ödeme yöntemi nakit olmakla birlikte, 15 kişiden 4'ü banka veya kredi kartı seçeneğini de sunduklarını belirtti. Tüm sitelerin ana hedef grupları yerel halk, aileler ve turistlerdir ve 15 kişiden 7'si bir ağa aittir. İletişim ve tanıtım faaliyetleri ile ilgili olarak, kurumların çoğunun kendi web siteleri ve sosyal medya sayfaları (Facebook ve Instagram), basılı materyalleri (broşür, dergi, gazete ve broşür), TV/radyo reklamları vardır veya sergi ve etkinliklere katılırlar.

## Ağırlama ve Konaklama

Ağırlama ve konaklama için piyasa analizine göre, en popüler varlıklar restoranlar (7), oteller (4) ve son olarak kafeler (2). Çoğu kırsal bölgelerde (13 kişiden 9'u), 3'ü dağlık bölgelerde ve 1'i şehir merkezinde bulunmaktadır. Katılımcılar genel olarak bu alanlara erişilebilirlik ve ulaşımın memnundu, ancak 3 yolların kalitesi iyi olmasına rağmen işaretlerin ne yeterli ne de net olduğunu belirtti. 13 varlıktan 11'inin engellilerin erişimine açık olduğunu belirtmekte fayda var.

Park alanları ile ilgili olarak, varlıkların çoğu müşterileri için park yeri sunmaktadır (13'ten 8'i). Restoranlar, ana hizmetleri dışında ayrıca şunları sunar: Wi-Fi, salon/resepsiyon, gezi planlama, tadım etkinlikleri, park yeri, sigara içme alanları, bahçe. Restoranların ortalama fiyatı kişi başı 16-20 Euro civarındadır. Oteller kafeteryalar, restoranlar, park yerleri, sigara içme odaları, Wi-Fi, TV, konferans salonları, geziler, kuru temizleme ve ütü hizmetleri, oda temizleme hizmetleri ve bahçe sunmaktadır. Otellerin ortalama fiyatı kişi başı 36-40 Euro civarındadır. Tüm varlıklar turistlere nakit, banka ve kredi kartı ile ödeme imkanı sunar. Restoranlar, oteller ve kafeteryalar aileleri, turistleri, yerel halkı ve gençleri hedef almaktadır. Çoğu restoran 12:00-00:00 saatleri arasında açıktır ve oteller tüm yıl boyunca 7/24 çalışır. Ne yazık ki, görüşülen varlıklardan sadece 2 tanesi diğer kuruluşlarla işbirliği yapmaktadır. Aynı şekilde sadece 3 tanesi kaliteli bir ağa sahip. Promosyon faaliyetleriyle ilgili olarak, 13 kişiden 5'i herhangi bir şey kullanmıyor, çoğunlukla oteller müşteri ve ziyaretçi çekmek için Booking kullanıyor. Ayrıca en yaygın iletişim yöntemi sosyal medyadır (Facebook ve Instagram). Sadece 4 tanesi e-ticaret araçlarını kullanıyor. Olumlu bir yönü, tüm katılımcıların çalışanlarının İngilizce bildiğini belirtmesidir. Personelin İspanyolca ve Fransızca da bildiği tek bir varlık var.

## Turist Rehberleri ve Dernekler

Çoğu turist rehberi ve dernekleri, esas olarak kültürel etkinlikler ve çevresel faaliyetler yoluyla bölgeyi tanıtmayı ve iyileştirmeyi amaçlar. Daha doğrusu, çoğunluğu kültürel ve çevresel faaliyetler, spor, gönüllülük, yerel sanatların güçlendirilmesi, tiyatro işletmeciliği, müzik atölyeleri ve spor tesislerinin yönetimi ile uğraşmaktadır. Bazıları ayrıca turlar, yürüyüş rehberleri, geziler, flora ve fauna gözlemleri, yürüyüş parkurları ve tiyatro ziyaretleri sağlar. Bunlardan sadece ikisinin lisansı veya sertifikası (ISO kalite sertifikası) var ve sadece ikisi diğer işletmeler ve derneklerle işbirliği yapıyor.

Sadece 3 rehber, özellikle ekstrem spor aktiviteleri sunanlar için olumsuz bir durum olan katılımcılar için yaralanma riskini kapsayan bir sigorta poliçesi sunmaktadır. Hepsisi İngilizce konuşuyor, biri de Fransızca ve Almanca biliyor. Ödeme yöntemleri ile ilgili olarak, sadece iki tanesi kredi/banka kartı kabul etmektedir. Faaliyetlerini tanıtmak için çoğunlukla web sitelerini, sosyal medya platformlarını (Facebook ve Instagram), basılı reklamları ve radyo/TV reklamlarını kullanırlar. Son olarak sadece bir tanesi e-ticaret araçlarını kullanmaktadır.

## İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

Boeotia alanında aşağıdaki iyi uygulamalar mevcuttur:

1. İlki Çevre, Enerji ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından denetlenen ve Delphoi, Arachova, Agoriani, Amfikleia, Polydrosos, Ano Tithorea ve Vargianni köylerini içeren "Parnassos Milli Parkı". Daha doğrusu, Parnassos Ulusal Park Yönetim Kurulu, Yunanistan'ın en eski Milli Parklarından biri olan ve 1938'de kurulan Parnassos Milli Parkı'nın bakımından, korunmasından ve yönetiminden sorumludur. Yönetim Organının ana hedefleri şunlardır:
  - Doğal kaynakların korunması, biyolojik çeşitlilik ve tüm bölgenin genel olarak korunması.
  - Bilgilendirme ve farkındalık programlarının tanıtımı ve uygulanması.
  - Ziyaretçilerin çekiciliği ve korunan alanın değerlerinin tanıtılması.
  - Korunan alan ekosistemlerinin sürdürülebilir kullanımı ve genel olarak bölgenin korunması ve muhafazası, sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimi ile uyumluluk.
  - Üniversiteler, araştırma merkezleri ve STK'lar ile ortaklıkların geliştirilmesi.
2. Eylemleri iki kategoriye ayrılır. İlki olan Bilimsel Etkinlikler - Tanıtım, atölye çalışmalarını, seminerleri ve diğer etkinlikleri içerirken, ikinci kategori olan Çevre, genel bilgileri (okullarda çevre bilinci, öğrenci atölyeleri ve bekçi eğitimi) ve gönüllülük etkinliklerini (örn. gönüllü temizlik, ağaçlandırma vb.) içerir.
3. Boeotia bölgesindeki bir başka iyi uygulama ise 40 dönümlük güzel ve eşsiz araziden oluşan "**Muses Gölü, Eğlence ve Kaçış Parkı**"; Boeotia'da, her türlü dikkat dağınıklığından uzakta, doğada bir gün geçirmek isteyen aileler için özel olarak yaratılmış gerçek bir mücevher. Thebes, Livadia ve Atina'dan bir saat uzaklıkta bulunan park, çevresiyle birlikte doğaya bir günlük ideal bir kaçamak için idealdir. Ayrıca İlham Perileri Gölü spor aktivitelerine de olanak sağlamaktadır.

Çocukların ve yetişkinlerin oynayabileceği ve ata binebileceği güvenli bir alana sahiptir. Gelişmiş biniciler de binicilik derslerine katılabilir. Park ayrıca okul gezileri, tur rehberleri ve etkinlikler düzenleyebileceği gibi düğün, vaftiz törenleri veya müşterilerin istediği diğer sosyal ve profesyonel etkinliklere ev sahipliği de yapabilir.

4. Bir diğer öne çıkan iyi uygulama ise "**Skydive-Athens**"tir. Tüm yıl boyunca hizmet veren tek şehirdir ve adından da anlaşılacağı gibi Atina'ya yakındır. 18 kişilik türbinli bir uçağı sadece 12 dakikada 14.000 ft (4.200 m) yüksekliğe uçuş yeteneğine sahip bir paraşütle atlama merkezidir. Güzel kurulum ve ortam tesisleri, ziyaretçileri orada çok zaman geçirmeye davet eden rahat ama profesyonel bir ortam sağlar. Başlıca hizmetleri, geniş ve çimenli bir iniş alanı ve hızlı tırmanma süresine sahip bir türbin uçağıdır.
5. Son olarak, Plataies'deki **yamaç paraşütü etkinliği**, ziyaretçilere bir yamaç paraşütüyle Boeotia bölgesinin üzerinde uçuş konusunda eşsiz bir deneyim yaşatır. Yetenekli pilotlar ve gerekli donanımına sahip eğitim okulları, ziyaretçilere mümkün olduğunca konforlu ve güvenli bir şekilde gökyüzünde gezinmeyi sağlar. Bu faaliyet, ilgi alanındaki turizm faaliyeti için iyi bir uygulama olarak kabul edilebilir.

## SONUÇ

### • Güçlü Yönler

Yunanistan'ın en popüler turistik yerlerden biri olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir. Ülkenin popüleritesi ve turizme dayalı ekonomisi nedeniyle, uluslararası ve yerel ziyaretçilerin ihtiyaçlarını dikkate alan stratejiler ve girişimler şimdiden tasarlanmış ve uygulanmıştır. Boeotia, peyzaj ve doğal miras açısından zengin bir bölgedir. Hem dağları hem de vadiyi ziyaret etme imkanını birleştiren, bu nedenle her zevke hizmet veren ve dört mevsim potansiyel bir seyahat destinasyonu olan bir lokasyon. Birçok kuruluş dağlarda yürüyüş, binicilik, yamaç paraşütü ve kayak gibi spor aktiviteleri sunmaktadır. Bölgenin önemli avantajlarından biri kültürel ve tarihi mirasıdır, özellikle inanç turizminin gelişimini kolaylaştıran çok sayıda kilise ve manastır ile ünlüdür ve bölgenin geçmişini yansıtan müzeleri de vardır. Bir diğer olumlu yanı, Yunanistan'ın başkenti Atina'dan ulaşımın çok yakın ve kolay olmasıdır.

### • Zayıf Yönler

Bu bölgenin temel zaaflarından biri, bölge sakinlerinin zengin tarımsal üretime kayıtsız kalmaları ve turizm sektörünün sunduğu fırsatları görmezlikten gelmeleri, daha doğrusu kullanmamalarıdır. Bölge, Boeotia'nın hem tarihi hem de mevcut imajını ve sunduğu güzelliği ortaya çıkarabilecek büyük bir turistik potansiyele sahiptir. Ayrıca, pazarlama ve reklam araçları aracılığıyla tanıtım stratejilerine acilen yatırım yapılması gerekmektedir. Son olarak, bölge, muhtemelen kültürel ve tarihi simge yapıları, geleneksel faaliyetleri ve doğal güzelliğini tanıttak medya, yatırımcılar ve reklamcılarla organize bir iletişim ağından yoksundur.

## ÖNERİLER

### Kültürel ve Doğal Miras Sektörü İçin Öneriler

Anketleri yanıtlayan Kültür ve Tabiat Varlıkları Sektörünün varlıklarına yapabileceğimiz en önemli öneri, yeni müşteri çekmelerini destekleyebilecek çağdaş tanıtım ve pazarlama yöntemlerinin kullanılmasıdır. Günümüzde her şeyin reklamı çevrimiçi platformlar ve sosyal medya aracılığıyla yapılmaktadır. Basılı materyaller (broşürler, dergiler, gazeteler, kitapçıklar) veya TV/radyo reklamları gibi çoğu yanıtlayanın kullandığı eski araçlar denetlenmektedir ve özellikle gençler olmak üzere yeni müşteriler çekmemektedir.

Diğer bir öneri ise ödeme yöntemlerinin değiştirilmesidir. Paydaşların çoğu, uluslararası ortamlarda ödeme yapmak için bankamatik, kredi kartı ve hatta cep telefonlarını kullanarak ürün ve hizmet satın almaya alışkın olan pek çok turist için sorunlu olan bir ödeme yöntemi olarak yalnızca nakit kabul ettiklerini söylediler. Müzeler, müşterilerin kolayca bilet satın alabileceği bir mobil uygulama hatta online bir platform tasarlasa, bu müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkileyecektir. İnternet ve sosyal medya giderek daha fazla popülerlik kazanmaktadır ve en yeni trendlerden tamamen haberdar olmak çok önemlidir. Kültürel/doğal miras sektörünü farklı platformlar aracılığıyla tanıtmının birçok yolu vardır ve etkili bir pazarlama planının tasarlanması, bu sektöre ait kuruluşların işleyişi için hayati önem taşımaktadır.

## Ağırlama ve Konaklama Sektörü İçin Öneriler

Ağırlama ve konaklama, az gelişmiş bölgelerde yeni ziyaretçilerin çekilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yeni müşteriler çekmek için ağırlama ve konaklama sektöründen temsilcilerin müşteri hizmetleri becerilerini artırmaları ve geliştirmeleri ve müşterilerine organize bir paket ve lüks deneyim sunmanın yollarının daha fazla farkında olmaları gerekir.

Boeotia'daki Otelcilik sektörüne sunacağımız temel öneriler, iyi uygulamaları paylaşmak için benzer kuruluşlarla etkileşim ve işbirliği yapmaktır. Bu, bilgi ve tecrübe alışverişini kolaylaştırırken ağlarını genişletmelerine izin verecektir. Ek olarak, ziyaret etmek ve güvenli ve temiz bir ortamda kalmak çoğu müşterinin aradığı şey olduğundan, kalite turları da ağırlama ve konaklama hizmetlerini iyileştirebilecek önemli bir faktördür. Aynı zamanda turistlerin çoğu ülkeyi aile tatili için ziyaret ediyor ve çocuklarının güvenliği onlar için en önemli öncelik. Başka bir öneri, pazarlama araçları aracılığıyla sosyal medyaya aktif katılım olacaktır. Günümüzde çoğu turist, internette buldukları yorum ve eleştirilere göre otelleri ve diğer konaklama türlerini seçiyor ve birçoğu doğrudan çevrimiçi platformlar aracılığıyla rezervasyon yaptırıyor. Ayrıca, sosyal medya aracılığıyla aktif etkileşim, müşterileri sunulan hizmetler hakkında düzgün bir şekilde bilgilendirir.

Restoranlar ve kafelerle ilgili olarak, ziyaretçiler genellikle bir yerin her yönünü, geleneksel mutfağı ve yerel kaliteli ürünleri de dahil olmak üzere deneyimlemeye çalıştıklarından, menülerine yerel, el yapımı ve geleneksel yiyecek ve ürünleri dahil ederek yerel kültürü tanıtmalarını öneriyoruz. Son olarak, bölgenin bir tanıtım ağına parçası olmak, bu sektör için olumlu bir yön olacaktır.

## Turist Rehberleri ve Dernekler İçin Öneriler

Turist rehberleri ve dernekleri sektörü ile ilgili olarak, katılımcıların yaralanma riskini kapsayan bir sigorta poliçesine büyük bir ihtiyaç vardır. Turist dernekleri yürüyüş parkurları ve doğa gezileri gibi spor aktiviteleri sunar ve müşterilerine güvenlik poliçesi önlemleri ve sigorta sağlamalıdır. Bir diğer önemli adım, hizmetleri için bir lisans veya sertifikanın varlığı olacaktır. Ayrıca, müşterilere/ziyaretçilere kredi/banka kartı ile ödeme seçeneği sunulması da önemlidir. Son olarak, alınması gereken bir önlem, faaliyet ve hizmetlerinin etkili bir şekilde tanıtılmasıdır. Turist rehberleri ve derneklerin sosyal medya ve çevrimiçi platformlar aracılığıyla daha etkileşimli olmaları, müşterilerine önceden ödeme yapma veya yer ayırma fırsatı vermeleri gerekmektedir.



## İRLANDA

### LEITRİM BÖLGESİ – MOMENTUM

#### Bölgenin Özellikleri

Pazar analizi, İrlanda'nın Kuzey Batısında yer alan ve İrlanda'nın Gizli Yöreleri olan Vahşi Atlantik Yolu'na (WAW) dokunan ve Kuzey İrlanda sınırında bulunan Leitrim kırsal alanında yapılmıştır. Güzel manzarası (İrlanda'nın diğer bölgelerinden oldukça farklı), çok sayıda gölü, nehri ve kanalı, çekici küçük kasaba ve köyleri, doğuştan gelen samimiyeti, festivalleri ve etkinlikleri, kaliteli konaklama, etkinlikleri, mirası ve kültürü ve turizmin coşkulu paydaşlarıyla tanınır. Su bazlı aktiviteleri, yavaş macerası, kültürü, ekoturizmi, bozulmamış ve manzaralı kırsalı, müziği, festivalleri, Mavi Yolları, gezileri, misafirperverliği, hayatın hızı ve karada yapılan aktiviteleri (yürüyüş, bisiklet, yürüyüş vb.) ile tanınır.

Bu rapor boyunca, konumu nedeniyle sayısız olumluluklarla ve zorluklarla karşı karşıya kalan Leitrim'in nasıl kırsal bir "Gizli Mücevher" olarak kaldığını göreceksiniz. Bir turizm destinasyonu olarak Leitrim'e özgü olan bu örneklerden bazıları, bölge genelinde ve diğer komşu bölgelerle işbirliği ve ortak çalışma geliştirme ihtiyacıdır, hedef pazar ihtiyaçları ve motivasyonları ile uyumlu deneyimler oluşturmaktır, turistlerin Leitrim'de bir tatil için arama yaptığında ve rezervasyon yapmaya çalıştığında çeşitli sürekli pazarlama ve iletişim kampanyaları ve kanalları aracılığıyla görünür olması gerekmektedir.

Leitrim yaklaşık olarak İrlanda'daki en küçük nüfusa sahiptir. 32000, İrlanda'nın kuzeybatısında, kıyıda yer alan ve Birleşik Krallık sınır bölgesinin bir parçasıdır. Leitrim, İrlanda'daki 32 ilçenin 26. en büyüğüdür, başkenti Carrick on Shannon'dır ve nispeten küçük bir alandır. Donegal, Roscommon, Fermanagh, Cavan, Longford ve Sligo ilçeleriyle çevrilidir. Gölleri, nehirleri, dağları ve ünlü buzul vadisi Glenade ile tanınmaktadır. Glenade, Avrupa'nın en güzel buzul vadilerinden biri olarak bilinmektedir. Başkent Carrick on Shannon'ın dışında, ilçe genelinde noktalı 9 küçük kasaba ve köy daha vardır.

#### Turist Verileri

Kültür ve Miras Cazibe Merkezleri arasında ünlü Parke Kalesi, Manorhamilton Kalesi, Sean MacDiarmada Homestead, Lough Rynn Kalesi, O'Rourke Kalesi, Cavan ve Leitrim Demiryolu, Dromahair Manastırı yer alır.

Daha fazla örnek ve bilgi

Ağırlama/Konaklama ve Restoranlar arasında Ard Nahoo, Glenview Self Catering Cottage, Bush Hotel, Ardvarney Lodge, W8 Village, Cryans Hotel, Landmark Hotel, Bluebell Cottage, Tawneylust Lodge bulunmaktadır. Konaklama hakkında daha fazla örnek ve bilgi. Tüm lokantalar ve yemek seçenekleri için Taste Leitrim, Leitrim'de yemek yemek isteyenlere bilgi ve ilham veren, buranın yemekleri ve restoranları, yerel olarak ilham alınmış menüleri ve yerel kaynaklı yiyecekleri hakkında bilgi ve ilham veren özel bir web sitesidir. Burada bölgeye yayılmış 70'in üzerinde restoran ve 30 üretici bulacaksınız.

Tur Rehberleri, ziyaretçileri yürüyüş, tarihi/orman yürüyüşleri/kanal ve göl kenarı/ilmekli/lineer/kasaba ve köy/uzun mesafe yürüyüşlerinden çok farklı parkurlara ve yürüyüşlere götürmek için hazırdır. Ana tur rehberi sağlayıcıları arasında [Muddy Souls](#) ve Leitrim Walking Guides yer alır.

Erişilebilirlik esas olarak Dublin/Belfast ve Knock Havalimanları, trenler ve halk otobüsleri aracılığıyla sağlanmaktadır.

## Ziyaretçiler

Leitrim'in yurt içi ve yurt dışı ziyaretçileri ağırlıklı olarak Birleşik Krallık'tan, %27'si İngiltere ve Almanya'dan, %49'u yurt içinden ve %20'si Kuzey İrlanda'dan gelmektedir.

- GB, çoğunlukla Kültürel Açıdan Meraklılar, Büyük Kaçaklar veya İrlanda Diasporası
- ABD ve Kanada Kültürel Açıdan Meraklı ve İrlanda Diasporası
- Almanya Büyük Kaçaklar
- Yurtiçi ve Kuzey İrlanda Aileler, Serbest Sosyalleşmeciler ve Hoşgörülü Romantikler ile Buluşuyor

Yanıtlayanlar, ziyaretçilerin %79'unun esas olarak doğa ve insanlarla bağlantı kurmak için ; %89'u manzaralı doğada hafif açık hava etkinlikleri için; %67'si alışılmadık dışında dolaşmaya ve keşfetmek için ; %87'si huzur, sükunet ve temiz hava solumak için ; %46'sı eşsiz yerel festivaller ve kültür için ; %71'i otantik İrlanda menüleriyle iyi yemek ve güler yüzlü hizmet için geldiğini ; %89'u yerel halk, arkadaşlar ve aile ile tanışmaktan keyif aldığını ; %73'ü tarihi, mirası görmek ve keşfetmek ve köklerini keşfetmek için gelmekten keyif aldığını belirtmektedir.

Görüşülen kişilerin tümü Leitrim'in kırsal alanlarında ve bazıları sınır ilçelerinde bulunmaktadır, örneğin Arigna Mining, Leitrim/Roscommon sınırındadır. Tüm yanıtlayanlar resmi Leitrim Turizm web sitesinde bulunabilir.

Konaklama/Ağırlama otelleri, konuk evleri, pansiyonlar, restoranlar (fine dining, spesiyalite, gündelik, aile restoranları, barlar/restoranlar vb.). The Mill Masters House, Tawneylust Lodge, Old Rectory Apartments, Parkview Cottage, Leitrim Quay Self Catering, Ardnahoo Eco Retreat, Cottage Restaurant, Riverbank Restaurant, Ardvarney Lodge, Beirnes of Battlebridge, Clancy's of Glenfarne, Alder Cottage ve Stanfords'u, Han ve Köy Çayevleri'ni içeren 14 İrlandalı Yanıtlayan.

Kültür ve Miras katılımcıları kaleleri, bahçeleri, müzeleri, sanat galerilerini, mirası, madencilik vb. içerir. İrlandalı 13 ankete yanıt verenler: Arigna Mining Experience, The Shed Distillery,



## Escape2

Glenview Folk Museum, The Cavan and Leitrim Railway, Rose of Innisfree Tour Boat, Rainbow Ballroom of Romance, Hook Lighthouse, Lough Rynn Castle, Sean Mac Diarmada Cottage, Famine Village, Müzik Merkezi, Sligo Halk Parkı, Leitrim Miras Turları.

Davet edilen ve yanıtlanan Tur Rehberleri, yürüyüş, doğa yürüyüşü, trekking, doğal geziler, çevre atölyeleri, flora ve fauna, yiyecek arama, bisiklet, tarih turları, tekne gezisi gibi deneyimler sunar. Yanıt veren 11 İrlandalı arasında Grace Perrott, Walking Ireland Tours Northwest, John McGroary, Pasquale Corvasce, Graham Robertson, Maria Spinelli, Siobhan Quigley, Donncha Sheeran, Jim McCormack, Paul Rooney/Muddy Souls ve Leonard Cooke yer alıyor.

Görüşülen tüm tur rehberleri, İrlanda Yürüyüş Turları'nın bir parçası olan, İrlanda Onaylı Turist Rehberleri Listesi'nde yer alan ve nitelikli, sertifikalı yürüyüşçüler ve rehberlerdir. Her birinin Kamu Sorumluluk sigortası vardır, ancak işaretli yolları takip etmelidir. Onaylı Turist Rehberleri İrlanda (ATGI), tanınmış bir resmi eğitim yetkilisi aracılığıyla yoğun eğitim ve değerlendirmeler yoluyla sertifikalandırılmıştır ve ATGI tarafından verilen kimlik kartları ile tanınabilir. Ulusal ve bölgesel düzeylerde yaklaşık 450 üyesi bulunan ATGI üyeleri, 20'den fazla dilde çeşitli tur rehberliği hizmetleri sağlayabilir. Bu, seçtiğiniz rehber, nereli olduklarına ve ek dil konuşup konuşamayacaklarına bağlıdır.

## Ürün Yatırımı ve Altyapı

Bu anketlerin sonuçlarının ve katılımcılardan gelen tartışmaların ve geri bildirimlerin analizinden, hem fiziksel varlıklarda hem de ziyaretçi deneyiminin ve ürün sunumunun genel kalitesinde kalıcı bir iyileşme sağlayan diğer alanlarda turizmde sermaye yatırımına ihtiyaç duyulduğu açıktır. Leitrim'in olağanüstü tatil deneyimleri yaratması ve sunması için, tatil deneyimlerinin üzerine inşa edildiği ürün tabanı, özellikle bu anketlerde tanımlanan misafirperverlik, restoranlar, barlar, konaklama, kültür, miras, doğal manzaralar ve tur rehberleri gibi kategorilerde sunduğu her şeyde olağanüstü olmalıdır.

Bu alanlarda mevcut ve yeni ürünleri daha da geliştirmek için yer vardır, ancak bunların "pazara hazır veya pazara yakın" olmaları için doğru altyapıya ihtiyaçları vardır.

Leitrim'in kilit satış noktaları ve pazar lideri potansiyele sahip ürünleri, anket kategorileriyle ilgilidir ve genel bölgesel turizm teklifine değer katacaktır. Fiziksel varlıklara sermaye yatırımına ihtiyaç duyarlar, örn. yürüyüş yolları, bisiklet yolları, tabela, internet vb. Altyapı ve tesislere yapılan kamu yatırımları, özel sektör yatırımı için fırsatlar yaratacaktır. Örneğin, Northern Glens deneyimine artan ziyaretçi sayısı, özel sektörün bölgedeki konaklama yatırımlarını teşvik edecek, Blueway'in artan kullanımı, müşteri talebini karşılamak için aktivite sağlayıcılarda ek veya artırılmış kapasiteyi teşvik edecektir.

Ayrıca başarılı olmak için fiziksel varlıkları ve mevcut ürün tabanını mevcut harici güçlü marka stratejileri ve kampanyalarıyla uyumlu hale getirmeleri gerekmektedir. Leitrim bölgesinden yanıt verenlerin tamamına göre, %80'i, özellikle

- Shannon Blueway'in Piyasaya Hazır Olmasına ve Seyir'in Lakelands teklifiyle uyumlu olmasına daha fazla yatırım yapılmasına,
- Wild Atlantic Way önermesiyle uyumlu olması için, özellikle Northern Glens Experience'in Pazar Hazırlığına daha fazla yatırım yapılmasına acil ihtiyaç olduğunu söylemiştir.
- Ülke genelinde önemli cazibe merkezlerine ve Erişilebilir Altyapıya Yönelik Tabelalara yatırım yapılması gerekmektedir.

Genişbant ve İnternete yatırım, yanıt verenlerin %78'i için bir sorun olmaya devam ediyor; bu seyahatlerini ve seyahat programlarını vb. düzenlemeye çalışan ziyaretçilerin çevrimiçi rezervasyonlardan, SumUp gibi dokunarak ödeme sistemlerinden yararlanma yeteneklerini sınır bozucu şekilde etkilemektedir.

Ankete katılanların %83'ü, aşağıdaki alanlarda ürün ve altyapı geliştirmeye yönelik Pazar Lideri Potansiyeli elde etmek için gerekli bir yatırım olduğunu söyledi:

- Olta balıkçılığı ve Eko-Turizm pazar lideri statüsünü yeniden kazanacak
- Pazar talebinden yararlanmak için Yürüyüş, Bisiklet, Macera Turizmi ve Şecere
- Yeni ürünler örn. Lough Rynn kürek tesisi, Taste Leitrim, Sağlık Turizmi pazar lideri statüsünü güvence altına alacak

%67'si Festivaller ve Etkinlikler, Miras ve Kültür ve İş Turizminde Temel Satış Noktalarına Değer Katmaya daha fazla yatırım yapılması gerektiğini söylüyor.

%98'i, özellikle kendi yemeklerinizi hazırlayabileceğiniz konaklama, oteller ve pansiyonlar gibi kilit arz ve talep alanlarında boşlukların devam ettiğini söyledi. Bu, ilçenin daha kuzey ve güney kesimlerinde büyük ölçüde belirgindir. Katılımcılar, otellerde, misafirhanelerde ve pansiyonlarda yaklaşık 465 yatak stoğu olduğunu ve yurt içi yataklı gecelerin %80'ini, yurt içi ve genel olarak toplam yataklı gecelerin %65'ini oluşturduğunu bildirdi. Konuk odaları %21, pansiyon odaları %12, mutfaklı odalar %8 ve geri kalanı otellerdir.

## Operasyonlar ve Mevsimsellik

Mevsimsellik: İşletmelerin çoğu sezonluk olarak Mart'tan Kasım'a kadar açıktır. En yoğun sezonları Nisan'dan Eylül'e kadardır, bu yaz sezonudur. Eylül, tüm çocukların okula döndüğü ve havanın değişmeye başladığı ve gecelerin kısaldığı zamandır.

Ödemeler: Ankete katılanların %78'inin bir çevrimiçi ödeme sistemine erişimi vardır, örn. SumUp, ancak tur rehberleri ön ödeme yöntemleri kullanmaktadır, örn. PayPal, kredi kartı, Revolut veya benzeri yoluyla çevrimiçi ödeme yapılmaktadır. Otel Konaklama sağlayıcıları, rezervasyonlarının %56'sının web sitesi veya booking.com aracılığıyla çevrimiçi olarak ön ödeme yaptığını söylemiştir.

Çalışma Saatleri: Lokantaların çoğu (%72) 17:00 ile 21:00 arasında, bar/restoranlar 11:00 ile 21:00 arasında hizmet veriyor ve haftanın 7 günü açık olan barlar/restoranlar hariç, tamamı Perşembe'den Pazar'a kadar açıktır. İşletme sahipleri genellikle Pazartesi günü izin alırlar ancak genellikle yoğun sezonda haftada 6-7 gün çalışmaktadır. Otelere giriş genellikle 15.00'tir, mutfaklı ve misafirhaneler 12.00'den sonra herhangi bir zamanda olabilir, ancak tüm konaklama sağlayıcıları için çıkış 12.00'dir.

## Ortaklıklar, Ağ Kurma ve İşbirliği

Ağlar ve diğer turizm ve iş ortaklarıyla işbirliği açısından, %82'si kendi LTN Yerel Turizm Ağı (örn. Leitrim Tourism ve Leitrim Tourism Network) ile bir ilişkileri olduğunu söylemiştir.

%75'i temsili endüstri ve kalite standartları kuruluşu olan Failte Ireland ile çalıştıklarını, %65'i ise Hidden Heartlands, Wild Atlantic Way ve Discover Ireland gibi bölgesel markalaşma kuruluşlarıyla çalıştıklarını söyledi. Bu markalar, tüm Ulusal turizm pazarlama kampanyalarında Tourism Ireland ve Discover Ireland tarafından yönlendirilen, devlet liderliğindeki kilit markalardır.

%62'si, gıda sektörü için Georgina Campell ve İrlanda Restoranları Ödülleri gibi, kalite standartları ve statüsü açısından ulusal olarak tanınan bir ödül veren kuruluş veya kuruluş tarafından bir ilişkisi olduğunu veya tanındığını söylemiştir.

%68'i, ticaret ve ajanslar ile kamu kurumları arasındaki stratejik pazarlama ortaklıklarının büyümeyi hızlandırmak için zorunlu olduğunu söylemiştir. Hala iç pazar için yapılması gereken çok fazla boşluk ve iş var, mevcut ortaklıklar bölgesel kalkınmayı ilerletmek için özellikle diğer ülkelerle birlikte daha iyi çalışabilir, örneğin, ülkeler arası kamu kurumları turizm stratejilerinin geliştirilmesinde, uygulanmasında ve sunulmasında rol oynayabilir. Örneğin, Leitrim için, Leitrim İl Meclisi, Roscommon Tourism, Donegal Tourism, Leitrim Tourism, Failte Ireland, Waterways Ireland, Inland Fisheries Ireland, Coillte, National Parks and Wildlife Service, Ireland West Airport Knock, komşu ülkelerdeki yerel makamları içermektedir. Daha sonra, Tourism Ireland inbound ve pazar tabanlı tur operatörleri, uluslararası seyahat yazarları ve sosyal medya içerik oluşturucuları ile çalışmak üzere ulusal düzeyde dallanabilir.

%81'i topluluklarıyla işbirliği içinde çalışmanın hayatta kalmaları için gerekli olduğunu düşündüklerini söyledi. %72'si sezonluk olarak Mart'tan Kasım'a kadar açılıyor (Kasım - Şubat arası kapalı). Ortak hedeflere yönelik rezervasyon ve güven oluşturmak için büyük ölçüde Leitrim Tourism Growth Alliance'a ve paydaşlar arasındaki iletişime güvenirlir. Ayrıca diğer paydaşlarla ve diğer ülkelerdeki turizm sağlayıcılarla çalışmanın çok önemli olduğunu söylediler.

Yanıt verenlerin yarısından fazlası (%53) Lough Rynn Kürek Tesisi, Leitrim Şecere Merkezi, Yavaş Macera Turizmi Leitrim ve Leitrim Manzaraları Rehberli Yürüyüşler gibi niş gruplarla da çalıştıklarını söyledi.

## Sosyal Medya, Satış ve Pazarlama

Ankete katılanların hepsinin bir web sitesi var ve en azından Facebook ve Instagram kullanıyor. İçerik oluşturma, paylaşım sıklığı ve erişim konusunda eksiklikler var. %43'ü Twitter, Linked In ve Tik Tok gibi diğer sosyal medya platformlarını kullanıyor.

%12'den daha azı, turistik yer rezervasyonu yapmak, bir restoranda masa ayırtmak, konaklama rezervasyonu yapmak veya bir rehber deneyimi için bir çevrimiçi rezervasyon platformuna sahiptir.

Hepsi bir tür basılı materyal (broşür, el ilanı veya kitapçık) kullanıyor ancak %34'ünün bir tur operatörüyle veya yerel bir turizm sağlayıcıyla paket ilişkisi var, yalnızca %6'sı ticari ve tüketici gösterilerine ve sergilerine katılıyor.

İrlanda'ya gelen uluslararası ve yerel ziyaretçilerin yaklaşık %92'sinin doğrudan kanalları ve çevrimiçi platformları kullandığı göz önünde bulundurulduğunda, gelecekteki kararların çevrimiçi rezervasyon kabiliyetini, artan sosyal medya maruziyetini ve erişimini, hedef pazarlar ve onların ihtiyaçları ve davranışları hakkında verileri kullanmanın önemine artan vurguyu içermesi gerektiği konusunda açık bir boşluk vardır. Mevcut sağlayıcıların 3 hedef grubun hepsinden birbirlerini tanıtmak ve paketlemek için birlikte çalışması için büyük bir potansiyel vardır: Konaklama/Ağırlama/Restoranlar, Tur Rehberleri ve Kültürel ve Doğal Miras.

Lakelands, Hidden Heartlands ve Wild Atlantic Way ile bölgesel marka kimliğinin oluşturulması, içerik (video, resim vb.) geliştirilmesi, web sitesi SEO ve Sosyal Medya Stratejilerine öncelik verilmesi, pazarlama potansiyelinin daha da geliştirilmesi ve ortak reklam yapılmasına ve araştırma ve anket geri bildirim mekanizmalarının uygulanmasına ihtiyaç olduğundan bahsedildi.

## Diller ve İletişim

Özellikle farklı diller söz konusu olduğunda, yön bulma ve yorumlayıcı işaretlere yatırım yapılmasına ihtiyaç duyulduğu, yanıt verenlerin %64'ü tarafından belirlendi. Şu anda tüm tabelalar İrlandaca ve İngilizcedir. Tüm yanıtlayanlar yalnızca İngilizce konuşuyordu ve 4 başka bir dil konuşuyordu, çünkü asıl olarak o ülkeden geliyorlardı, örneğin Almanca, İspanyolca, Fransızca ve Felemenkçe.

Katılımcılar, 4 ana hedef pazarda yabancı dilde web siteleri sağlanmasına ihtiyaç olduğunu, kaynak yetersizliği nedeniyle bunu yapmakta zorlandıklarını söylediler. Ankete katılanların %34'ü web sitelerinin en az bir tane farklı dilin mevcut olduğunu söyledi. Aynı şey paket ve broşür geliştirme için de gereklidir. Tüm katılımcılar, başka bir dil ve anahtar kelimeler öğrenmek için bir kursa katılmakla veya dil becerilerini geliştirmelerine yardımcı olması için bir yabancı dil çalışanı kiralamakla ilgilenenlerini söylediler.



## Erişilebilirlik ve Kapsayıcılık

Ankete katılanların çoğu erişilebilirlik sağlandığını veya engelli ve tekerlekli sandalye kullanan kişilerle çalışabileceklerini söyledi. Tur Rehberleri, yürüyüşlerinin yaklaşık %33'ünün tekerlekli sandalye ile erişilebilir olduğunu, konaklama sağlayıcılarının ana resepsiyon alanı, yatak odaları ve restoran/barlarının %67'sinin erişilebilir olduğunu ve kültür ve miras mekanlarının %15'inin tekerlekli sandalye ile erişilebilir olduğunu söyledi. Bazılarında görme engelliler için etkileşimli kulaklıklar, bazılarında ise görme engelliler için brail ile çevrilmiş bilgi noktaları veya tabelalar bulunmaktadır.

## Fırsatlar

**Konaklama Kapasitesi:** Tüm farklı konaklama kategorilerinde kapasiteyi artırın ve ilçe genelinde dağıtın; Pansiyonlar, oteller, kendin pişir kendin ye, Air B&B (çok az), misafirhaneler vb.

**Bölgesel Markalar:** Mevcut bölgesel markalar olan Wild Atlantic Way, Ireland's Hidden Heartlands, Lakelands ile çalışmayı geliştirin. Ayrıca, National Tourism markasıyla çalışmak, Tourism Ireland'di daha iyi temsil eder. Tur Operatörleri ile çalışın, ticari etkinliklere ve sergilere katılın ve seyahat yazarlarıyla çalışın.

**Çevrimiçi Erişilebilirlik ve Diller:** Çevrimiçi kitap yeteneği, farklı dillerde web sitesi/pazarlama teminatı, tabela ve yol bulma, farklı dilleri konuşanlar için tercüme açısından hem yerel hem de uluslararası pazarlarda daha erişilebilir hale gelin.

**İşbirliği ve Etkileşim:** Paydaşlar, turizm işletmeleri ve diğer bölgeler/ilçeler olarak birbirlerinizle etkileşimi artırın. Bu, Failte Ireland ve üyeliği ve kalite standartları ile çalışmayı içerir. Paketler oluşturmak, işbirlikçi reklam kampanyaları ve güzergahlar geliştirmek için birbirinizle birlikte çalışın. Niş gruplar da dahil olmak üzere turizmle doğrudan veya dolaylı olarak ilgili olanlarla daha fazla iletişim kurun; havuz kaynakları, bilgi alışverişi, tavsiye ipuçları, işbirliği projeleri, paket ve ürün geliştirme oluşturun. Herkesin birlikte çalışabileceği, farklı ortaklıklar ve ilişkiler kurmak ve geliştirmek için hedefleyebilecek İletişim ve Pazarlama Stratejileri geliştirin; Ticaret ve Endüstri Ortakları, Coillte, Parks and Wildlife, Ecotourism Ireland, Failte Ireland vb.

**Satış ve Pazarlama:** Ülke çapında mesajlaşma üzerinde çalışın ve örneğin mesajlaşma panoları, marka kimliği, promosyon kampanyaları geliştirin, içerik geliştirin, ör. tutarlı ve herkesin kullanımına açık resimler, videolar ve pazarlama mesajları. Mesaj örneği Leitrim otantik, samimi bir turizm destinasyonu olarak bilinir. Kökleri doğal güzelliğe dayanan zorlayıcı deneyimler, bölgelerinin benzersiz güçleriyle gurur duyan insanlar tarafından sunuluyor. Çevrimiçi varlık oluşturun ve ince ayar yapın ve etkileyiciler, içerik geliştiriciler ve sosyal medya pazarlamacılarıyla çalışın.

**Altyapı Yatırımı:** Konaklama sağlayıcılarına, yön bulma tabelalarına, bilgi noktalarına, altyapıya, ancak öncelikle internet ve geniş bant altyapısına yatırım yapın.

**Yeni Ürünler ve Deneyimler:** Özellikle marka ve pazarlama yönü üzerine Refah Turizmi, Yavaş Macera Turizmi gibi mevcut, yeni ve gelişen deneyimler ve ürünler inşa edin. Bu deneyimleri Blueway, Lakelands, WAW, olta balıkçılığı, bisiklet, Northern Glens, gemi gezisi, kültür, ekoturizm ve Irelands Hidden Heartlands gibi pazar lideri potansiyel markalar ve tamamlayıcı mevcut ürünlerle ilişkilendirin.

**Kuzey İrlanda Pazar Potansiyeli:** Artık Brexit gerçekleştiğine göre, büyüme ve Kuzey İrlanda'dan gelen talep etkilendi. Para birimi dalgalanıyor, ancak istikrar kazandığında gelecekte bu pazarı koruma ve büyütme potansiyeli var.

**Yeni Pazar Potansiyeli:** Gelişme, büyüme ve Asya ve Hindistan gibi yeni pazarlara erişme potansiyeli de var. Ancak, Leitrim'in bu gezginlerin ihtiyaç ve motivasyonlarına nasıl uyduğunu büyüme ve

strateji seçeneklerini belirlemek için bu pazarları daha iyi anlamaya ve bunlarla uyum sağlamaya ihtiyaç vardır.

Kilit Pazarlar ve Hedef Gruplar Üzerine İnşa Edin: Buna kültür, miras ve doğal manzaralar için gelenler dahildir; Kültürel Açından Meraklılar, Büyük Kaçaklar, İrlanda Diasporası, Arkadaşlar ve Aileler ve Serbest Sosyalleştiriciler.

## ÖNERİLER

Mevcut ve yeni yürüyüş yollarının, bisiklet yollarının ve parkurların temel altyapı geliştirmelerini (ör. patikalar, tabelalar, yollar, geniş bant) dahil etmek için Shannon Blueway, Slow Adventure Tourism ve yeni SNLR Sligo Leitrim ve Northern Counties Greenway gibi gelecekteki gelişmelere öncelik verin. Halihazırda bu bölgelerde bulunan tüm köyleri, kasabaları ve köyleri, su yollarını ve göbekleri bisiklet yolları, araba yolları, güzergahlar ve rotalar aracılığıyla birbirine bağlayın, örneğin, Carrick On Shannon Blueway Leitrim Köyü'nden Acres Gölü'ne ve Drumshanbo'ya. Bu 30 dakikalık elektrikli bisiklet rotası, önemli bir su yolu kaynağı ve güzel bir doğal miras cazibe merkezi olan güzel Shannon Nehri boyunca kırsal köyleri ve cazibe merkezlerini birleştirir.

Yakınlaştırma, kapalı bir Facebook veya bir topluluk platformu aracılığıyla çevrimiçi bir araya gelerek düzenli toplantılar ve atölyeler düzenleyerek mevcut ilişkileri, ağları ve işbirliğini geliştirin. Tüm paydaşlar markalarını, paketlerini, güzergahlarını oluşturmak için birlikte çalışmalı ve yeni ve mevcut turizm deneyimlerini belirlemek, desteklemek, geliştirmek ve finanse etmek için tüm kurumlarda proaktif bir yaklaşım sergilemelidir. Boşluklar, zayıflıklar, güçlü yönler ve fırsatlar; macera operatörleri, ekipman depolama ve kiralama, yorumlama ve bilgilendirme, bisiklet kiralama vb. hizmetler ve tesisler de dikkate alınmalıdır.

Diğer tamamlayıcı operatörler ve sağlayıcılarla çalışın, örn. gemi kiralama operatörleri, oteller, havaalanları, restoranlar, balıkçılık vb. böylece herkes bilgilendirilir ve muhtemelen birlikte paketleme ve satış yaparak birbirinin tanıtımını yapar. Örneğin, miras ve kültür arayanlar, kültür ve miras açısından güçlü olan şeyleri kalmak, yemek yemek, görmek ve yapmak isterler. İhtiyaç duyacakları bir tatilin tüm bu unsurları etrafında bir paket ve sürüş güzergahı oluşturun.

Kırsal turizm işletmeleri, önemli veriler ve karar alma bilgileri sağlayarak politika geliştiricilerle birlikte çalışır. Böylece, itici politikalar boşlukları, potansiyeli ve fırsatları anlayabilir, örneğin miras ve kültür, Pazar çekiciliğini karşılamak için yıllık bir Miras ve Kültür Festivali (örneğin, The Gathering) geliştirme ihtiyacını Heritage Ireland ile özetleyebilir, tur rehberleri Coillte ile vurgulayabilir ve Leitrim İl Meclisi, parkurlarda ve yürüyüş yollarında tesis ve yol bulma ihtiyacını karşılayabilir.

Northern Glens Experience, Wild Atlantic Way ve Irelands Hidden Heartlands gibi diğer bölgesel ve harici markalarla ilişkiler başlatın ve geliştirin. Marka vaadini tutarlı bir şekilde yerine getirdiklerinden ve potansiyel ziyaretçilerle etkileşim, bağlantı ve maruz kalma sağladıklarından emin olmak için pazarlama ve tanıtım kapasitesi geliştirmeyi araştırın ve toplu olarak yatırım yapın. Kampanyalara öncelik vermek, deneyimleri iletmek ve Leitrim Brandist'in değerlerini, özünü ve öyküsünü tüm platformlarda ve tüm paydaşlarda tutarlı bir şekilde tanıtmak için bir destinasyon Pazarlama ve İletişim Planı geliştirin. Bölgesel turizm gelişimi üzerine inşa etmek için diğer komşu ülkelerle pazarlama ortaklıkları üzerinde çalışın, hedeflenen pazarlamayı optimize edin. Tüm görüntülerin, dilin ve mesajların her bir segmentin motivasyonlarına ve ihtiyaçlarına göre uyarlandığından emin olun.

Leitrim'i satmak ve tanıtmak için kataloglar, paketler, seyahat programları ve ihtiyaç duydukları tüm ilgili teminatları göndererek, ilgi ve paydaş katılımıyla ticaret ve etkileyiciler, seyahat yazarları ile çalışın.

Sizi en iyi şekilde temsil edebilmeleri için dağıtım kanalları ve ticaret etkinlikleriyle birlikte çalışın. Toplantılar düzenleyin, düzenli olarak iletişim kurun ve iletişimde kalın.

Balık tutma, bisiklete binme, yürüyüş, doğa yürüyüşü vb. için özel Stratejiler geliştirin.

Refah Turizmi, Yavaş Macera ve Eko Turizm gibi niş veya yeni ürünleri inceleyin ve geliştirin. Fırsatları keşfedin ve öncelikleri, neyin var neyin eksik olduğunu belirleyin. Bu ürünlerin her biri için bir temsilci ağı kurun ve kilit acenteler, mevcut turizm işletmeleri ve yerel turizm ağları ile gelecekteki gelişimleri için proaktif bir yaklaşım uygulayın. Potansiyel finansman ve dağıtım mekanizmalarını araştırın.

Pazarlamaya yatırım yapın ve Kültür, Miras, Konaklama, Ağırlama, Restoranlar ve Tur Rehberleri kaçış kategorilerinin yönetimini daha iyi geliştirin. Yatırıma öncelik verin ve ürün geliştirmelerine odaklanın ve gelişimlerini optimize etmek için gelecekteki eğilimleri, talepleri ve pazar davranışlarını belirleyin. Bu kategorilere göre hazırlanmış paketler, seyahat programları, çevrimiçi rezervasyon, ağırlama programı, pazarlama teminatı ve içeriği (ör. hikaye anlatma videoları ve sanal gerçeklik incelemeleri) içeren bir ziyaretçi deneyimi programı geliştirin. Gelecekteki gelişimin tüm yönlerinin, her süreç boyunca Leitrim Turizm Ağı, Leitrim İlçe Meclisi ve Leitrim Turizm gibi kilit kurumlarla birlikte çalışması gerekir.

Bağlantıyı sağlamak ve kolayca bulunup deneyimlenmek için mümkün olduğunda dijital teknolojileri ve platformları kullanın. Uzak bölgelerde çevrimiçi olmak, sürdürülebilirlik ve başarı için kritik öneme sahiptir; iletişim, rezervasyon yönetimi, farkındalık oluşturma, işbirliği, ödeme sistemleri, bilgi paylaşımı, kaynak paylaşımı vb. için SEO, Google Ads, VR, MR, 360 derecelik görseller, hedef pazarlara uygun sosyal medya platformları çok önemlidir. İşletmeler dijital teknolojilere ve platformlara yatırım yapmalı ve bunları müşterilerinin ihtiyaçlarına göre oluşturmalıdır; örneğin, bir Leitrim yolundan geçen bir dağ bisikletinin 360 derecelik canlı videosu web sitesi ve sosyal medya kullanımı için yüklendiğinde çok değerli bir satış ve tanıtım aracı olabilir. Halihazırda kullandığınız araçlarla başlayın ve kullanımı en üst düzeye çıkarmak için bunları nasıl kullanacağınızı öğrenin. Örneğin, Facebook aracılığıyla sunulan dijital teknolojileri en üst düzeye çıkarmak için hikayelerin, canlı yayının, rezervasyon düğmelerinin, videoların, oylama anketlerinin, belirli web sayfalarına yönelik mürekkeplerin vb. nasıl kullanılacağını araştırın. Teklifleri farklı dillere uyarlayın (ör. web sitesi, tabela, broşürler), erişilebilirliği ve kapsayıcılığı uygulayabilecekleri yollar, kolektif olarak nasıl sürdürülebilir ve becerikli olabilecekleri, veri ve müşteri geri bildirimini toplama vb. hakkında bilgi verin. Uzman sosyal medya ajanslarını, rezervasyon ve satış oluşturmak, turistleri ticaret ve iş web sitelerine yönlendirmek ve üretmek için mevcut ve yeni deneyimlerin geliştirilmesini desteklemek için önemli sosyal medya platformlarında ilgili paydaşları ve ilgili içeriği içeren uyumlu bir sosyal medya kampanyasının nasıl uygulanacağını tasarlamaya, öğretmeye ve tavsiye vermeye davet edin.

## ITALY

### MONTI DAUNI – MERIDAUNIA

#### Bölgenin Özellikleri

Meridaunia Scarl, Monti Dauni bölgesinin Yerel eylem grubudur ve 30 belediye içerir: en küçüğü 150'den az kişiyle (Celle di San Vito), en büyüğü 31.593 kişiyle (Lucera).

Bu son kentleşme, bir şehir sayısına sahip olmasına rağmen, Monti Dauni'nin köylerinin yanı sıra geniş bir tarım alanına sahiptir.

Monti Dauni bölgesi, yaklaşık 90.000 nüfuslu, 2.275 km<sup>2</sup>'lik bir alanı kaplamaktadır.

Monti Dauni, bozulmamış tarihi merkezlere sahip ve kiliseler ve kaleler gibi anıtsal binalarla zenginleştirilmiş ortaçağ kökenli köylerin varlığıyla; topluluk yararına olan doğal alanlar (SIC), ormanlar, yüksek yer otlakları, akarsular ve vadiler içeren korunan doğal alanlar; Puglia Bölgesi'nin en yüksek zirveleri (en yüksek Monte Cornacchia); Daunian, Roma ve ortaçağ dönemlerinden çok sayıda arkeolojik alan; birçok arkeolojik ve kutsal sanat müzesi; köylü gelenekleri ve bilgileri, eski ritüeller ve festivallerden oluşan somut olmayan bir kültürel miras; muhteşem bir mutfak kültürü ile karakterize edilir.

Monti Dauni, İtalya'nın güneyinde, Apulia Bölgesi'nde yer almaktadır; Apulia turizmi, olağanüstü iletişim çalışmaları ve ulusal pazardaki marka konumu ve yabancılaşma sayesinde son yıllarda güçlü bir şekilde büyüdü. Başlıca yerel turistik ürünler deniz, kültür, gastronomi, kırsaldır.

Monti Dauni, bölgenin geri kalanından çok farklı bir manzaraya sahip, vadi, tepeler ve dağlarla karakterize edilen ve denizin olmadığı, sebze bahçeleri, meyve bahçeleri, buğday tarlaları, zeytinlikler, üzüm bağları ve ormanlar ve meralardan oluşan "Beklenmeyen Puglia" dır ve geziler ve açık hava etkinlikleri için mükemmeldir.

#### Kırsal Turizm: Politikalar, Programlar ve Yönetişim

Monti Dauni, yerel turizmin gelişmesi için çeşitli programatik faaliyetlerle tanınır.

"Get Local" projesi (PIT n. 10 - POR Puglia 2000/2006), içlerinde turist etkinlikleri ve deneyimlerinin programlandığı bir dizi ziyaretçi merkezinin yaratılmasına tanık oldu. Genellikle bunlar kurtarılmış tarihi binalardı.

Turizm kaynaklarının geliştirilmesine yönelik bir diğer önemli proje ise Kültür Varlıkları ve Turizm Bakanlığı'nın sağladığı fonlarla 2015 yılında hayata geçirilmiştir. Eccellenza dei Monti Dauni projesi kapsamında tanıtım malzemeleri oluşturulmuş ve güney Via Francigena'da eylemler gerçekleştirilmiştir.

Bugün Monti Dauni'nin turizm stratejisi, LAG Meridaunia'nın (POR PUGLIA - FESR\_FSE 2014-2020 AXIS VI, EYLEM 6.8) "Monti Dauni'nin Entegre Turist Hizmetleri" projesine dayanmaktadır ve şunları içerir:

- yerel operatörlerin önerilerine dayalı bir turistik ürünün oluşturulması
- bir turist operatörleri ağı oluşturulması
- medya ve sosyal ağlar aracılığıyla hedefin iletişimi (fotoğraflar, videolar)
- turistik ürünlerin satışı (deneyim, konaklama, hafta sonu vb.)
- b2b ve b2c eylemleri
- tur operatörleri, seyahat acenteleri vb. için gelen faaliyetler...
- konaklama, deneyimler, e-ticaret ürünleri vb. için rezervasyon hizmetleri içeren bir web portalının gerçekleştirilmesi ...
- basın turları

- "Monti Dauni" markasıyla gadget'ların oluşturulması
- Kırsal Turizm Festivali'nin gerçekleştirilmesi (IV sürümleri)

## **Turistik Veriler**

### **Metodoloji**

Meridaunia tarafından yürütülen Monti Dauni turizm sektörü pazar analizinin bir parçası olarak, toplamın 231 öznesi (örnek yaklaşık %38,5'e eşittir) yaklaşık 600 işletmeciden oluşan bir aralıkta aşağıdaki gibi bölünmüştür:

- a) kültürel (8) ve doğal miras (12): görüşülen toplam 20 kişi için, 4'ü çevrimiçi anketi yanıtladı, geri kalanı kağıt üzerinde.
- b) ağırlama ve konaklama – restoran ve yemek hizmetleri (60), konaklama tesisleri (62): toplam 122 kişiyle görüşülmüştür, bunların 38'i çevrimiçi ankete, restoran paper'a yanıt vermiştir.
- c) turist rehberleri (37) ve dernekler (52): 18'i çevrimiçi anketi yanıtlayan, geri kalanı kağıt üzerinde olmak üzere toplam 89 kişiyle görüşülmüştür.

## **Kültürel ve Doğal Miras**

Kültürel ve doğal mirasla ilgili ankete 20 kişi yanıt verdi; bunların %47'si kültürel miras ve %53'ü çevresel mirasla ilgiliydi; Kamu sektörünün %29,5'i ve özel sektörün %70,5'i.

Kaynakların %47'si eğitim çiftliklerine, %23,5'i müzelere, %11,8'i tarihi binalara (kaleler ve kuleler), %5,9'u tarihi yağ değirmenlerine, %5,9'u eski yer altı değirmenlerine, %5,9'u macera parklarına karşılık gelmektedir.

İncelenen kültürel mirasın tamamı kentsel bağlam içinde yer almakta ve erişilebilirlik açısından %87,5'ine kolay erişilebilir, geri kalan %12,5'e ise çok kolay erişilebilir olarak değerlendirilmektedir. Tekerlekli sandalye kullanıcıları için erişilebilirlik verileri daha az iyidir: varlıkların %50'sine erişilemez.

Varlıkların %37,5'ine yalnızca rezervasyonla erişilebilir, geri kalanı tüm yıl boyunca kullanılabilir. Hepsi rehberli tur hizmetleri sunuyor.

Yalnızca %12,5'i sesli rehber veya video gibi teknolojik bilgi sistemlerine sahiptir. İlginç gerçek şu ki, sadece %62,5'inde tuvalet var.

Sadece %12,5'inin yabancı dil bilen personeli yoktur; en yaygın dil İngilizce'dir (%87,5).



Vakaların %75'inde giriş ücretsiz ve bazı hizmetler ücretlidir; en büyük akışlar yaz aylarında meydana gelir.

Doğal mirasa gelince, ağırlıklı olarak kırsal kesimde (%91,7) ve dağlarda (%66,7) yer almaktadır. Mallara erişim iyidir ve tamamı veya bir kısmı engelli kişiler için erişilebilir durumdadır.

Malların doğası gereği açılma süreleri kısadır ve mevsimlerden etkilenir. Tüm tesisler rehberli turlar sunuyor, yalnızca %16,7'si kendi kendine rehberli ziyaretler sunuyor. Malların %91,7'sinde tuvalet, laboratuvar alanı, piknik alanı vb. tamamlayıcı hizmetler bulunmaktadır...

Hepsi didaktik veya eğlence-spor aktiviteleri sunar ve tüm personel veya en az bir yabancı dilde (en yaygın olarak konuşulan İngilizce'dir).

% 58,3'ü ücretli giriş sağlıyor, geri kalanı ücretsiz giriş ve ücretli aktivitelere sahip.

<b>VARLIK TÜRÜ</b>	Kültür, doğa ve yiyecek ve şarap arasında önemli bir ilişki gücü eşitliği vardır ve özellikle ilk ikisi için hizmetlerde belirgin bir büyüme ihtiyacı vardır.
<b>KONUM</b>	Çekiciler ve varlıklar, köylerin içinde ve dışında yaygın bir şekilde dağıtılır.
<b>ULAŞILABİLİRLİK</b>	Birçok kültürel varlığın konumu ve tarihi doğası nedeniyle erişilebilirliği zayıftır; doğal varlıklar daha çekici görünüyor; bağlantılar zayıf.
<b>AÇILIŞ</b>	Kültürel mirasın açılış dönemleri, turistik sunumda çok az ağırlığa sahip olduklarını göstermektedir; doğal olanlar mevsimler ve hava tarafından belirlenir.
<b>SUNULAN HİZMETLER</b>	Bunlar neredeyse her zaman temeldir; çok az gerçek, ayırt edici etkinlikler önermektedir; turizm ürününün olgunluğundan çok uzaktayız.
<b>TURİSTLERİN KÖKENİ</b>	Bu yerel turizm; teklif, bölge dışından ve yurt dışından gelen teklifle hala çok az alakalı. Bu, destinasyonun kötü şöhretinin düşük olduğunu gösteriyor.
<b>AĞLARA VE DEVRELERE AİT</b>	Birçok köy, sürdürülebilir ve kaliteli turizm devrelerine aittir; çekicileri bu nedenle seyahat programlarına ve devrelere dahil edilir. Bu durum yerel turizm sisteminin uygulanması ile ilgili görünmemektedir.
<b>İLETİŞİM VE TANITIM</b>	Genellikle düşük etkiye neden olan kendin yap faaliyetleri.

## Ağırlama ve konaklama

Monti Dauni, otel dışı bir konaklama tipine sahiptir, yani ağırlıklı olarak 6'dan az odalı konaklama tesislerinden (tatil evleri - %41,9, pansiyon - %27,4, çiftlik tatilleri - %12,9, vb.) oluşmaktadır. İkram hizmeti ise ağırlıklı olarak (restoranlar - %41,7, çiftlik evleri %18,3, trattorias %13,3, ...)

Anketimiz konaklama sektöründen 62 ve restoran sektöründen 60 olmak üzere 122 işletmeci tarafından yanıtlanmıştır.

Konaklama tesislerinin çoğu kentsel (%66,1) ve dağlık (%88,7) bağlamda yer almaktadır. Sahipleri tesislerine erişimi çoğunlukla "iyi" veya "çok iyi" olarak değerlendiriyor (%91,9).

Yapıların %46'sı engelli erişimine kapalı, %21'i kısmen erişilebilir ve sadece %32,3'ü tamamen erişilebilir durumdadır.

%25,8'i yılın sadece belirli zamanlarında açıktır. Yapıların tamamında bir yabancı dil konuşulmaktadır ve en yaygın olanı İngilizcedir (%83,9). Özel ihtiyaçlara gelince: %27'sinin engellilere yönelik hizmetleri var; Gıda alerjileri / inançları için %46,8; Evcil hayvanlar için %43,5.

Odaların maliyet aralığı orta ila düşüktür (çift kişilik oda başına ortalama 70 Euro).

En yüksek akışlar yaz aylarında kaydediliyor ve tanıtım kanalları web siteleri ve sosyal ağlar. 58% 1 çevrimiçi rezervasyon ve satış hizmetlerini kullanıyor.

İkram hizmetleri söz konusu olduğunda, bunlar da kentsel alanda (%65) ve engebeli dağ bağlamında (%75) yoğunlaşmıştır.

Yöneticilerin %90'ı tesislerine erişimin kolay veya çok kolay olduğunu düşünüyor.

Tesislerin %86,7'si tamamen veya kısmen engelli erişimine uygundur ve %93,3'ü tüm yıl boyunca açıktır.

%70'i geleneksel yemekler sunuyor ve %48,3'ü sadece yerel ürünleri kullanıyor. Vakaların sadece %6,7'si yabancı dil bilmiyor ve en yaygın olanı İngilizce (%90).

Özel ihtiyaçlara gelince: %73,3'ü alerjisi veya belirli dini ve felsefi inançları olan kişiler için ürünlere sahip, %60'ı evcil hayvan kabul ediyor.

Yemek başına ortalama maliyet aralığı (şaraplar hariç) 20 ila 35 avro arasında değişmektedir. Akışlar yaz aylarında artış göstermekle birlikte daha homojendir.

Sadece %25'i online rezervasyon sistemlerini kullanıyor.

<b>VARLIK TÜRÜ</b>	Konaklama tesisleri büyük ölçüde otel tipinde değildir; konaklama tesisleri ve restoranlar genellikle küçüktür ve aile tarafından işletilmektedir ve hizmetlerde çok az profesyonelleşme vardır.
<b>KONUM</b>	Hizmetlerin çoğu köylerde yoğunlaşmıştır, ancak kırsal kesimde iyi bir mevcudiyet vardır.
<b>ERİŞİLEBİLİRLİK</b>	Erişilebilirlik iyidir, ancak özellikle yürüme güçlüğü çeken veya tekerlekli sandalye kullanan kişilerle ilgili olarak geliştirilebilir (barınma tesisleri için boşluk daha ciddidir).
<b>AÇILIŞ</b>	Restoranların açılış periyotları daha uzundur, bu da ağırlıklı olarak yerel halkla çalıştıklarını ve bu nedenle düşük sezondan daha az zarar gördüklerini göstermektedir.
<b>HEDEF KİTLELER</b>	Hedef kitle çeşitlidir, ancak genel olarak hedefin esas olarak yerel ve/veya yakınlık olduğu belirtilir; İtalya'nın diğer bölgelerinden ve yurt dışından birkaç turist.
<b>TESİS EKİPMANLARI VE SUNULAN HİZMETLER</b>	Sunulan konaklama türü çoğunlukla pansiyon / tatil evleri / çiftlik evi tipi olup, tipine uygun hizmetler; restoranlar çoğunlukla yerel yemekler ve temel hizmetler sunmaktadır.
<b>AĞLARA VE DEVRELERE AİT</b>	Birçok köy, sürdürülebilir ve kaliteli turizm devrelerine aittir; kalite devrelerine eklenen birkaç yapı.
<b>İLETİŞİM VE TANITIM</b>	Rezervasyon hizmetleri için bazı uygulama kullanımları.

## Turist Rehberleri ve Dernekler

Turist rehberleri ve derneklere ilişkin analizlerde, 37'si turist rehberi ve 52'si dernek olmak üzere 89 kişi anketi yanıtlamıştır.

Sunulan hizmetler şunlardır: turist rehberi (%91,9), turist refakatçisi (%51,4), doğa ve yürüyüş rehberleri (%8,1) ve spor eğitmenleri (%2,7).

Vakaların çoğunda (%73), turizm operatör için ikincil bir meslektir. Rehberlerin %68,8'i kültürel, %56,3'ü doğacıdır.

En popüler açık hava etkinlikleri arasında trekking (%50), yoga (%18,8), bisiklete binme ve oryantiring (%12,5) bulunmaktadır.

%35,1'i hiç yabancı dil bilmiyor.

<b>TATİL VE MOTİVASYON</b>	dinlenme, kültür ve sanat, yemek ve şarap, çevre ve doğa
<b>TEKLİF</b>	jenerik, henüz iyi yapılandırılmamış ve çeşitlendirilmemiş.
<b>WOW UNSURLARI</b>	teklifin yapımından değil, mirasın zenginliğinden dolayı.

Toplanan verilerin daha iyi anlaşılması için okuyucu ekteki belgeyi (ek) okumaya davet edilir.

## İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi örnekler

Dauni Dağları'nda kırsal turizm alanında beş iyi uygulama seçildi. Bunlar, kamu tarafından yürütülen ve denenmiş konularda ve çeşitli sektörlerde çeşitli türden deneyimlerdir.

İlk örnek, Biccari Belediyesi'ne ait olan ve özel bir kuruluş tarafından yönetilen DauniAAventura adlı bir macera parkının oluşturulması ve yönetilmesidir. Bir ormanın içinde ve görsel etkisi güçlü doğal bir alanda yer alan park, ağırlıklı olarak ağaçların arasında asılı duran, yetişkinler (5) ve çocuklar (2) için farklılaştırılmış akrobasi yollarından oluşuyor. Kompleks, bir seyir noktası, piknik alanları, konaklama için ağaç evler ile donatılmıştır ve doğa rehberleri, dağ bisikleti, okçuluk, okul grupları için eğitim atölyeleri vb.

İkinci öneri, Dauni Dağları'nın en ünlü aşçısı Peppe Zullo'nun girişimcilik deneyimiyle ilgilidir. "Köylü" şef (kendisine hitap etmeyi seviyor) servetini yerel mutfak geleneğini yenileyerek geliştirme becerisine, medya becerilerine ve sürekli dahil olma arzusuna dayandırdı: bir restoran, iki resepsiyon odası, iki sevimli pansiyon, bir kiler ve ulusal televizyonlarda ve dünya çapında sık sık onun imzasıyla birçok ürün (şarap, reçel vb..).

Üçüncü deneyim, tuhafıkları onu Dauni Dağları'nın en önemli yerleşim yeri haline getiren popüler bir gelenek olayıyla ilgilidir: Fucacost ve cocc priatorjie (şenlik ateşleri ve araf başları). Bu, pagan kökenli Orsara di Puglia köyünün 1 Kasım olayıdır. Geleneksel olarak gece, ölülerin yaşayan sevdiklerini ziyaret etmek ve şenlik ateşlerinin aydınlattığı sokaklarda onlarla ziyafet çekmek için döndüğü zaman kutlanır. Etkinlik, sürüm başına 40.000'e kadar turist çekiyor.

Dördüncü örnek, politikaları ve özellikleri sayesinde turist kalitesiyle ilgili sertifikalar almış olan Monti dauni'nin bazı köylerinin tanıtım faaliyetleriyle ilgilidir. Monti Dauni sayısı: İtalyan Tur Kulübü'nün 9 turuncu bayrağı (Alberona, Biccari, Bovino, Orsara di Puglia, Pietramontecorvino, Rocchetta Sant'Antonio, Roseto Valfortore, Sant'Agata di Puglia, Troia), İtalya'nın en güzel 4 köyü (Alberona, Bovino, Pietramontecorvino, Roseto Valfortore), 2 yavaş şehir (Orsara di Puglia ve Sant'Agata di Puglia) ve çok sayıda otantik köy.

En son örnek, LAG Meridaunia tarafından devam eden bir turizm tanıtım projesinden oluşmaktadır. CLLD fonlarından yararlanan proje, entegre turizm hizmetlerinin inşasını, bunların pazarlama tanıtımını, iletişim ve gelen faaliyetlerini, b2b, b2c, etkinlikleri, rezervasyon hizmetleri için bir web sitesini (Visitmontidauni), iletişim materyallerini (araçlar, kılavuzlar, videolar, vb.) etkinlikleri, basın turlarını, vb içerir.

Proje yakın zamanda (diğer 4 kişiyle birlikte) İtalyan Kırsal Ağı tarafından turizm sektöründeki en



### **SONUÇLAR**

#### • **Güçlülükler**

- teklifi karakterize eden çeşitli unsurlar: doğa, kültür (sanat, mimari, köyler), yiyecek ve şarap
- kültürel mirasın yaygın varlığı
- birçok köy, sürdürülebilir ve kaliteli turizm devrelerine aittir.
- iyi bir doğal mirasın varlığı
- yaygın konukseverlik ve standartlaştırılmamış konaklama tesisleri (teklif çeşitliliği)
- kapsamlı yiyecek ve şarap mirası (yerel ürünler) ve iyi düzeyde yerel mutfak
- hedefin özgünlüğü

#### • **Zayıflıklar**

- genel ve yapılandırılmamış teklif
- kültürel mirasın çoğunda turist yönetiminin olmaması
- kültürel varlıkların zayıf erişilebilirliği (mimari engeller ve açıklıklar)
- temel turizm hizmetleri, çok az gerçeklik farklı deneyimler sunar
- destinasyonun zayıf çekiciliği (destinasyonun kötü şöhreti düşük)
- turizm girişimciliği eksikliği ve yetersiz eğitilmiş operatörler
- dijital uçurum ve teknolojik boşluk
- yabancı dil bilgisi zayıf

### **ÖNERİLER**

- 1) özel işletmecilere ürünlerinin yaratılmasında ve tanıtımında eşlik etmek için üstlenilen eyleme devam etmek
- 2) tur operatörleri için özel eğitim faaliyetleri başlatmak (rehberler, konaklama, ikram, vb...)
- 3) yenilikçi turizm hizmetleri yaratmak
- 4) belirli hedefler (yiyecek ve şarap, dinlenme, spor ve doğa) için son derece çekici turist deneyimleri yaratmak
- 5) kültürel mirasın (kaleler, müzeler, vb...) yönetimi için destek biçimlerini belirlemek
- 6) turizm destinasyonunun iletişimini ve tanıtımını sürdürmek
- 7) turistik çekim etkinliklerinin gerekçeli bir planlamasını yapmak
- 8) eğlence ile ilgili teklifi uygulamak (etkinlikler, gösteriler, gece hayatı, vb...)
- 9) ziyaret montidauni logosunun ve ürünlerinin (web sitesi / uygulama) görünürlüğünü artırmak
- 10) yeni paydaşlarla (tur operatörleri, seyahat acenteleri) temas kurmak
- 11) iletişim/tanıtım stratejilerini genişletin (instagram fenomenlerinin, ünlülerin vs.. iletişim hizmetleri..)
- 12) sürdürülebilir hareketlilik devreleri, bisiklet yolları, patikalar vb. oluşturmak için eylemleri artırmak ...)
- 13) havaalanları ve tren istasyonları ile fiziksel bağlantıları artırmak
- 14) il merkezi ile komşu köyler arasında toplu taşıma kapasitesinin artırılması.







## PORTUGAL

### RIA AVEIROAND BAIXO VOUGA LAGUNAR - APROXIMAR

#### Bölgenin Özellikleri

Ria de Aveiro ve Baixo Vouga Lagunar bölgesi 11.000 hektardan fazla bir alana yayılmıştır ve yaklaşık 45 km uzunluğa ve 8,5 km genişliğe sahiptir (Fidélis, 2001). Águeda, Albergaria-a-Velha, Anadia, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Vagos ve Sever do Vouga belediyelerinden oluşur.

Bölge, başkent Lizbon'a yaklaşık 250 km, ikinci büyük şehir olan Porto'ya ise 70 km uzaklıkta yer almaktadır. Bu yakınlığa rağmen, bu bölge için Plano Diretor Municipal 2019'da (PDM 2019) belirtildiği gibi, Aveiro şehrine erişilebilirlik oldukça tatmin edicidir, ancak bölgenin kırsal alanlarına erişilebilirlik söz konusu olduğunda önemli bir tutarsızlık vardır. . PDM 2019'a göre, "kapsayıcılık ve sosyal adalet faktörü olarak bölgede evrensel erişilebilirliği teşvik etme" ihtiyacı vardır (PDM, 2019, s.9).

Bu bölgenin oluşumu, denizin çekilmesi, kum ve tortu birikmesi sonucu 16. yüzyıla kadar gitmektedir. Bu doğal fenomenler, Vouga Nehri ile birlikte birçok su kanalı oluşturan doğal lagünlerin oluşmasına yol açar. Bu doğal fenomenlerin birleşimi, Ria de Aveiro e Baixo Vouga Lagunar'ı Zona de Protecção Especial (Özel Koruma Bölgesi) olarak sınıflandırılan, güzel manzaralara ve muazzam biyolojik çeşitliliğe sahip bir bölge haline getiriyor.

Hem dağlar hem de vadiler, deniz ve nehirler ile çok çeşitli eğlence ve turistik faaliyetlerin ortaya çıkmasını ve büyümesini kolaylaştıran çeşitlendirilmiş bir manzaradır. Bu şekilde doğal rezervlerden, lagünlerden, deniz kıyılarından, akarsu plajlarından vs. faydalanmak mümkün olduğu gibi aynı zamanda müzeler, kiliseler, mimari miraslar vs. gibi kültürel alanlardan da yararlanmak mümkündür.

Bununla birlikte, Albuquerque ve diğerlerine (2017) göre "bu özellikler, sürdürülebilir turizm gelişimi ve pazarlama stratejilerinin tasarımı için kullanılmalıdır" (s.165). Bölgenin korunması ve kendine has özelliklerini koruyabilmesi için net bir stratejinin çizilmesi esastır.

2019 yılında Ria de Aveiro ve Baixo Vouga Lagunar bölgesinin de içinde yer aldığı Merkez Bölgesi, misafir sayısı ve kâr açısından bugüne kadarki en iyi yılını geçirdi: 2018 yılına kıyasla %5,9 artışla 3895.612 misafir ağırladı. Beş yıllık bir zaman dilimine (2015-2019) bakıldığında %43,2'lik bir artış olması, alana olan ilginin arttığını açıkça göstermektedir. Kâr konusunda ise 2015 ile 2019 yılları karşılaştırıldığında %59,6 oranında bir artış oldu (INE, 2020).

Bu olumlu gelişmeye rağmen, COVID-19 salgını, aşağıdaki tablolarda görüldüğü gibi, bölge üzerinde büyük bir etki yarattı:

Tablo x: 2019 ve 2020'de Aveiro Bölgesi'ndeki Turistik Konaklamaların belediyelere göre yüzde değişimi.

Territórios		Alojamentos turísticos		
		Total		
Âmbito Geográfico	Anos	2018	2019	2020
NUTS III	Região de Aveiro	-	22,0	-14,3
Município	Águeda	-	11,1	-10,0
Município	Albergaria-a-Velha	-	42,9	0,0
Município	Anadia	-	7,1	-33,3
Município	Aveiro	-	18,2	-7,7
Município	Estarreja	-	0,0	0,0
Município	Ílhavo	-	18,2	-15,4
Município	Murtosa	-	-33,3	0,0
Município	Oliveira do Bairro	-	0,0	0,0
Município	Ovar	-	66,7	-13,3
Município	Sever do Vouga	-	44,4	0,0
Município	Vagos	-	60,0	-75,0

Kaynak: Por Data (2021)

Tablo 1: 2019 ve 2020'de belediyelere göre Aveiro Bölgesi'ndeki misafir sayısı.

Territórios		Turistas		
		Total		
Âmbito Geográfico	Anos	2018	2019	2020
NUTS III	Região de Aveiro	-	10,0	-49,6
Município	Águeda	-	51,1	-49,7
Município	Albergaria-a-Velha	-	20,2	-35,3
Município	Anadia	-	3,9	-59,4
Município	Aveiro	-	5,6	-51,9
Município	Estarreja	-	6,5	-50,3
Município	Ílhavo	-	20,1	-39,2
Município	Murtosa	-	-9,9	-41,3
Município	Oliveira do Bairro	-	8,1	-32,8
Município	Ovar	-	6,5	-50,0
Município	Sever do Vouga	-	39,4	-32,0
Município	Vagos	-	53,4	-57,7

Kaynak: Por Data (2021)

Aveiro bölgesi, tablo 1'de gösterildiği gibi turistik konaklama sayısında bir düşüş kaydetti. Bu, en çok Vagos belediyesinde göze çarparken, Sever do Vouga, Oliveira do Bairro, Murtosa, Estarreja ve Albergaria-a- gibi diğer belediyeler Velha, aynı sayıda turistik konaklama yerini koruyabildi. Bu belediyelerin yapılaşmalarının neden gelişebildiğine dair henüz bir çalışma yok. Tablo 1'de gösterildiği gibi misafir sayısında beklendiği gibi tüm belediyelerde ani bir düşüş yaşandı.

Pandemi dönemindeki bu olumsuz gidişata rağmen, geçmişte gösterilen olumlu gelişme, bölgenin turizm potansiyelinin net bir göstergesini veriyor ve Ria de Aveiro ve Baixo Vouga Lagunar Bölgesi'ndeki zorlukların üstesinden gelmek ve fırsatları yakalamak için net, yapısal ve güçlü bir stratejiye sahip olunması gerektiğinin altını çiziyor.



## Kırsal Turizm: Politikalar, Programlar ve Yönetişim

Portekiz için mevcut turizm stratejisi, Portekiz Hükümeti tarafından, yani 2027 yılına kadar uygulanacak ve geliştirilecek ana eylem hatlarına yaklaşan Estratégia Turismo 2027 aracılığıyla tasvir edilmektedir. Hedefi, stratejik bir referans çerçevesi oluşturmaktır. Özellikle kırsal turizm ile ilgili olarak, planın ana hedefleri olarak şunlara atıfta bulunmaktadır:

- “Doğal ve kırsal mirasın aktif yönetimi ve ekonomik değer katan projelerle kırsalda doğa turizmi ve turizmin geliştirilmesi(...) yani Natural.PT markasının tanıtımına yönelik olarak.
- Doğa turizmini ve/veya kırsalda turizmi destekleyen altyapı ve hizmetler, çevre turizmine yönelik imza ve yorumlama bilgileri.
- Kayalık Köyler, Tarihi Köyler ve Bağcılık Köyleri gibi turizm amaçlı (...) köylerin ve kırsal merkezlerin ekonomisini canlandıran faaliyetler.
- Turizmi iyileştiren ve gölleri ve iç suları, nehirleri, rezervuarları, kaynakları ve kaplıcaları destekleyen eylemler.” (Turismo de Portekiz, 2021)

Bu stratejiyi tamamlayıcı olarak, Kırsal Turizmin daha baskın bir konuma sahip olduğu Plano Turismo +Sustentável 20-23 vardır. Planın amacı, sürdürülebilir turizm faaliyetlerini planlayarak ve geliştirerek Portekiz'i en sürdürülebilir, rekabetçi ve güvenli turizm destinasyonlarından biri olarak konumlandırmaktır. Bu nedenle, Kırsal Turizm bu hedefe ulaşmada paha biçilmez bir rol oynamaktadır (Turismo de Portekiz, 2021).

Sadece turizme yönelik değil, aynı zamanda onu da içeriyor. Portekiz hükümeti, özellikle mikro ve küçük işletmeler olmak üzere ulusal üretimi teşvik etmek amacıyla 2021'de PAPN - Programa de Apoio à Produção Nacional'ı (Ulusal Üretimi Destekleme Programı) başlattı. PAPN, Aveiro bölgesinde turizm sektöründe faaliyet gösteren mikro ve küçük işletmelere 235.000 € tahsis etmiştir (NML Turismo, 2021).

Aveiro bölgesinde, Sever do Vouga belediyesi Ocak 2021'de bu sektör için net bir yapı oluşturmayı amaçlayan bir Turizm ve Yerel Kalkınma Stratejik Planı başlattı. Bu, bölgenin sunduğu şeylerle uyumludur ve bölgenin farklılaşmış unsurları üzerine inşa edilmelidir. (Aveiro Bölgesi, 2021)

Yukarıda açıklanan plan ve programlara rağmen, bir bütün olarak Ria de Aveiro ve Baixo Vouga Lagunar bölgesinde kırsal turizm için açıkça tasarlanmış bilinen bir plan veya program yoktur; Kırsal Turizm ve bölgedeki bir belediye (Sever do Vouga) için yürürlükte olan programlar ve planlar vardır, ancak hiçbiri tüm bölgenin kırsal turizm potansiyelinin özelliklerini ve iniş çıkışlarını hesaba katmaz.

## Turistik Veri

Ria de Aveiro ve Baixo Vouga Lagunar bölgesinde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ve kuruluşlar, bu bölgenin zayıflıklarının, güçlü yönlerinin, zorluklarının ve fırsatlarının net bir resmini çizmek için sorgulandı. Kültürel ve natüralist miras alanları, konaklama hizmetleri ve dernekleri ve turist rehberlerinin görüşleri sayesinde, bu bölümde sunulduğu gibi, bölgedeki turistik faaliyetlerin haritasını çıkarmak mümkün olmuştur.

## Kültürel Miras ve Doğal Miras

Bu bölge hem kültürel hem de doğal miras açısından oldukça zengindir. Buna rağmen çoğu turist, Moliceiros'un tekne turları ile Ria de Aveiro gibi doğal manzarasının tadını çıkarmak için bu bölgeyi ziyaret ediyor.

10 katılımcının yanıtlarının toplandığı görüşmeler aşamasında, görüşülen miras alanlarından 8'i, telefon ve e-posta yoluyla daha erişilebilir olmaları nedeniyle kültürel sitlerdi; onunla ilişkili temas, 2'si ise doğal sitlerdi. İkincisi, kırsal alanlarda yer alırken, ilki, kırsal ve kentsel alanlar arasında eşit olarak bölünmüştür.

- Erişilebilirlik ile ilgili olarak, tüm katılımcılar sitelere erişimin rahat olduğunu düşündü, ancak 2 kişi konuma götüren işaretlerin eksikliğinden bahsetti. Buna rağmen, sitelerin yalnızca küçük bir kısmı engelli kişiler tarafından erişilebilir durumdadır ve bu önemli bir iyileştirme alanıdır.
- Miras alanlarının çoğu tüm yıl boyunca açıktı, ancak bazıları, özellikle daha küçük ev müzeleri, yalnızca önceden yapılan rezervasyonlarla açıktı. Tüm yıl boyunca açık olan 8 katılımcıdan 6'sı Pazar ve Pazartesi günleri kapalıydı.
- Sunulan hizmetlerle ilgili olarak, katılımcıların yarısı sadece rehberli turlar sağlarken, diğer yarısı hem rehberli hem de ücretsiz turlar sunmaktadır. Rehberli turlar sadece Portekizce değil, aynı zamanda başta İngilizce ve İspanyolca olmak üzere diğer dillerde de sunulmaktadır.
- Alanları ziyaret eden turistler açısından, katılımcılar ülkenin her yerinden geldiklerini ve ayrıca Avrupa'daki diğer ülkelerden, yani İspanya ve Fransa'dan ziyaretçileri olduğunu belirtmişlerdir.
- Bölgede bulunan ağlar ve devrelerle ilgili olarak, yedi tanesi Portekiz Müze-Evler Birliği veya Ulusal Küçük Müzeler Ağı gibi ağların parçasıydı.
- Kültür ve miras alanlarının çoğu iletişim ve tanıtımlarını çevrimiçi yaptı: hepsinin sosyal medyası (Facebook) ve yarısının kendi web sitesi vardı. Buna rağmen el ilanları, dergiler, gazeteler ve broşürler yoluyla tanıtım da yaygındı ve 6 kişi genellikle bu yolları kullandığını söyledi. 5 katılımcı ayrıca COVID-19 pandemisinden önce de turizm fuarlarına ve etkinliklerine katıldıklarını söyledi.

## Konuk ağırlama Hizmetleri

Görüşme aşamasında 10 konaklama ve konaklama yerinin ifadeleri toplandı. Hepsi, dağlardan vadilere farklı manzara türlerine sahip kırsal alanlarda yer almaktadır.

- Tüm konaklama yerleri tüm yıl boyunca misafir almaktadır, ancak en büyük turist akışının yaz aylarında (Haziran-Ağustos arası) tespit edilmiştir. Konuklar, çoğunlukla doğanın tadını çıkarmak ve yürüyüş, kuş gözlemciliği ve doğa sporları gibi aktivitelerle uğraşmak isteyen yaşlı çiftler veya çocuklu aileler olarak nitelendirildi.

- Çoğu barınma yerinin binaya götüren açık işaret veya işaretleri yoktu ve bunu bir iyileştirme noktası olarak belirtmişler, ancak aynı zamanda bu işaretlerin yolda olmasıyla ilgili bürokrasileri de yorumlamışlardır. 4 katılımcı, siteye erişilebilirlik açısından sınırlı altyapıya sahip olduklarını düşünmüştür.
- Ekstra hizmetlerde en çok sunulan bisiklet paylaşım hizmetleri ve tümünün Wifi bağlantısının olması kırsal kesimde ve doğa ayrımında bile bağlantının önemini gösteriyor. Öte yandan, hiçbiri sunulan hizmetleri çeşitlendirmek, sektördeki diğer derneklerle ortaklıklar oluşturmak ve ziyaretçi akışının mevsimselliğini azaltmak için bir strateji oluşturmak için açık bir fırsata işaret eden atölye çalışmaları veya turistik ziyaretler sunmadı.
- Ağlar ve devreler açısından, yanıt verenlerin hiçbiri turistik rotalara veya güzergahlara dahil edilmedi, ancak ikisi sürdürülebilir uygulamalarla uğraşan veya teşvik eden turizm operatörlerini, konaklama yerlerini vb. ayırt eden Biosfera - Turismo Sustentável gibi kalite devrelerine dahil edildi.
- Daha önce doğal ve kültürel miras alanları için atıfta bulunulanlara benzer şekilde, konaklama hizmetleri de ana tanıtım araçları olarak sosyal medyayı ve kendi web sitelerini kullanmıştır.

## Dernek ve Turist Rehberlerinin Faaliyetleri

Derneklerin ve turist rehberlerinin Ria de Aveiro ve Baixo Vouga Lagunar'daki yaygın faaliyetlerini değerlendirmek için 10 görüşme yapılmıştır.

- Katılımcıların tamamı misyonlarını hem kültürel hem de çevresel olarak tanımladılar ve hatta bir katılımcı daha da ileri giderek, sundukları hizmetler ne olursa olsun turizm operatörlerinin doğal ve kültürel koruma ve koruma konusunda farkındalık yaratma misyonuna sahip olduklarını söyledi.
- Anketi yanıtlayan derneklerin ve turist rehberlerinin çoğu, faaliyetlerini yalnızca Ria de Aveiro ve Baixo Vouga Lagunar bölgesinde yoğunlaştırdı. Hepsi diğer dillerde (ağırlıklı olarak İspanyolca ve İngilizce) etkinlikler ve tur rehberleri sundu ve çok sayıda ulusötesi turist aldıklarını belirtti. Çoğu katılımcının sunduğu aktiviteler şunlardır: trekking, kano, oryantasyon, kuş gözlemciliği ve dağ bisikleti.
- Ankete katılanlardan 8'i diğer turistik rehberler ve derneklerle işbirliği yapmıştır veya bunu düzenli olarak yapmıştır; bir katılımcı bu işbirliğinin arkasındaki gerekçeyi, müşterilerine kendi derneğinin sağlayamadığı özel hizmetler sunma ihtiyacı ile açıklığa kavuşturmuştur (örnek: paintball ).
- Çoğu, faaliyetlerini sosyal medya aracılığıyla tanıtırken, bazılarının kendi web siteleri vardı. El ilanları, radyo veya TV reklamları ve fuarlar ve etkinlikler gibi geleneksel kanallarla karşılaştırıldığında açıkça çevrimiçi tanıtım tercih edildi. Hiçbiri işinde e-ticaret araçlarını kullanmadı.



Bölgeyi tanıtmayı ve hem turistlerin hem de bölge sakinlerinin deneyimlerini iyileştirmeyi amaçlayan, bölgenin en iyi beş uygulaması belirlenmiştir.

a) Há Festa na Aldeia (Köyde bir parti var.), at Vilarinho de São Roque

Vilarinho de São Roque, Albergaria-a-Velha'da bulunan çok küçük bir köydür. Diğer kırsal alanlara benzer şekilde, nüfusunda sürekli bir azalma ve sonuç olarak altyapısında bir bozulma görüldü. Bu gibi durumlarda, yerel halk kendini köyden ve topluluktan mahrum hissetmeye başlar. ATA - Associação do Turismo de Aldeia (Köy Turizmi Derneği) tarafından geliştirilen Há Festa na Aldeia programı, Portekiz'deki küçük köylerde turizmi canlandırıp teşvik ederken aynı zamanda kırsallıklarını ve sakinlerinin yaşam kalitesini koruyor. Faaliyetler hem yerel gelenek ve kaynaklardan yararlanmaları nedeniyle yerel nüfusa, hem de turistlere özgünlük duygusu vererek turistlere yöneliktir. Bu etkinliklere örnek olarak Magusto (geleneksel sonbahar şenliği), ancak köyün filarmoni orkestrasının çaldığı ve yerel halkın geleneksel oyunlar düzenlediği gösterilebilir. Há festa na Aldeia'nın ana misyonu, bu etkinlikleri, etkinliğin türü, geliştirilen faaliyetler, sunulan yemekler vb. ile ilgili olarak alınan kararlara köylüleri dahil eden bir metodolojiye dayalı olarak düzenlemektir.

b) Uygulama "Sentir Estarreja"

Estarreja, Ria de Aveiro'yu oluşturan sulak alanlarla çevrili, çoğunlukla kırsal olan Baixo Vouga Lagunar bölgesinde yer alan bir belediyedir. Estarreja, çoğu ziyaretçinin Portekizli olması ve yılın çok özel bir zamanında, yani Karnaval döneminde (bu, Portekiz'deki en popüler Karnaval partilerinden biridir) gelmesi nedeniyle turistik tekliflerini çeşitlendirmekte güçlük çekmiştir. Bu turistler sadece kısa bir süre kalıyor ve bu belediyenin sunduğu her şeyin tadını çıkaramıyor. Estarreja Belediyesi, kullanıcının bölgeyi etkileşimli ve sezgisel bir şekilde keşfetmesini sağlayan ücretsiz Sentir Estarreja Uygulamasını (Estarreja'yı Hissediyor) oluşturdu. Farklı kitlelere ulaşmak için Portekizce, İspanyolca, İngilizce ve Fransızca olmak üzere dört farklı dilde mevcuttur. Uygulama, kullanıcının yerel restoranları keşfetmesine olanak tanır ve doğada birçok parkur ve yürüyüş seçeneği sunar.

Ayrıca, kullanıcının deneyimleri ve konuları derecelendirmesine ve bunu yaparken uygulamada bulunan bir sınıflandırmaya çevrilen puanlar kazanmasına olanak tanıyan bir özelliğe sahiptir. Kullanıcılar daha sonra deneyimlerini diğer sosyal medya biçimlerinde paylaşabilirler.

c) Casa do Moinho-Ovar

"Moleiro" ticareti (geleneksel değirmenlerde çalışanlar, yani değirmenciler) Ovar bölgesindeki en eski ticaret ve geleneklerden biridir ve değirmenler bölgenin manzarasında hayati bir bileşendir. Bu işgalin sona ermesinden bu yana birçok değirmen ve değirmenci evi terk edildi, bu da bölgenin mirası ve mirası için bir kayıp anlamına geliyor. Casa do Moinho, değirmeni ve moleiro'nun evini geri aldı (moleioların evleri hemen yanındaydı. veya genellikle değirmenin içinde uyurlardı), taş duvarların bakımını yaptılar ve mobilyaların bir kısmını geri kazandılar.

d) Çömür Müzesi

19. yüzyıldan beri, konserve gıda endüstrisi Portekiz ihracatına en büyük katkıyı sağlayanlardan biri olmuştur ve Portekiz konserve ürünleri, özellikle balık, tüm dünyada tanınmakta ve beğenilmektedir. Ria de Aveiro bölgesi bu endüstride çok önemlidir, çünkü bu endüstri bölgenin bir sembolüdür. Buna rağmen endüstri, Portekiz'de genellikle ucuz ve düşük kaliteli gıda ile ilişkilendirilen bir "imaj sorunu" yaşadı. Eski Comur fabrikası, ziyaretçilerin Portekiz konserve endüstrisinin tarihini ve gelişimini keşfedebilecekleri bir müzeye dönüştürüldü. Müze ayrıca balıkların geldiği andan konservelerin sevk edildiği ana kadar tüm konserve üretim sürecini de gösteriyor. Kalite gerekliliklerine ve "Murtosa fritözlerinin" geleneksel rolüne özel önem verilir: Murtosa'da yılan balıklarıyla bilinen ve bilinen konserve endüstrisinde çalışan kadınlar. Yılan balıkları, onları yerel panayırda satan kadınlar tarafından kızartılır ve salamura sosunda saklanırdı. Müze mağazası, ziyaretçilerin ziyaret sırasında montajını gördükleri ürünleri satın almalarına da olanak sağlıyor.

e) Comboio Hist3rico do Vouga (Vouga Tarihi Treni)

Ria de Aveiro b3lgesi, zengin bir tarihe ve mirasa sahip koruma altındaki bir alandır. Comboio Hist3rico do Vouga, ekonomik zorluklar nedeniyle birkaç yıldır durdurulmuş olsa da, onu keşfetmek için mükemmel bir araç. 2021 yılında tekrar dolaşıma girdi. Vouga tarihi treni, yaz aylarında Aveiro ve Macinhata do Vouga arasında dolaşır. 20. yüzyılın başlarından kalma beş vagonu olduğu için, gezginlerin tarihi bir trende yolculuk yapmalarını ve manzaraların tadını çıkarmalarını sağlar. Buna ek olarak, bölgeden müzisyenlerin bir performansını ve Macinhata do Vouga'da (destinasyon) geleneksel ürünlerin sergilendiği küçük bir panayırı ve gidiş-dönüşte bu köydeki Tren müzesini ziyareti içeren tam günlük bir program vardır. Yolcular, dönüş yolculuğunda Aveiro'ya dönmeden önce Águeda'da bir buçuk saatlik bir molanın keyfini çıkarabilir ve yerel mutfağın tadına bakabilir.

## ÖNERİLER

Bu araştırma ve sorgulamalar sonucunda ulaşılan temel sonuçlar, bölgenin ve turizm sektöründe faaliyet gösteren işletme ve kuruluşların tanıtımının geliştirilmesine ihtiyaç olduğudur. Açıklandığı gibi, çoğu işletme zaten yeterli prosedürlere sahiptir - örneğin, tüm yıl boyunca açıktır ve farklı türde faaliyetler sunar - ve eğitimli personel - örneğin; çoğu işletmenin Portekizce dışındaki dilleri konuşan personeli vardır - ancak iletişim ve pazarlama stratejilerini iyileştirmeye açık bir ihtiyaç vardır. Bu, Escape2 projesinin gelişimi için yeterli bir yön noktası sunar: tanıtım, iletişim, pazarlama ve aynı zamanda ağ oluşturma stratejilerine güçlü bir şekilde odaklanılmalıdır, böylece kırsal alanlar tutarlı bir şekilde markalarını oluşturabilir ve sürdürülebilir turizm çözümlerini çekmek ve geliştirmek amacıyla bölgedeki diğer paydaşların en iyi uygulamalarından ilham alabilir.

Bununla birlikte, özellikle kırsal alanlara erişilebilirlik ve bölgedeki turistik faaliyetlerin yeterli sinyalizasyonu söz konusu olduğunda, Kamu Yatırımına da ihtiyaç vardır.



## ROMANYA ROMANYA'NIN KUZEYDOĞU BÖLGESİ – EASI

### Bölgenin Özellikleri

Bu bölge, 34.160 km<sup>2</sup>'lik bir alanı ve burada yaşayan 2.730.132 kişi ile sürdürülebilir kalkınma, geleneklere ve tarihe, doğal ve inşa edilmiş mirasa saygı ve etnik, kültürel ve dini çeşitliliğinin artırılması ilkeleri tarafından yönlendirilmektedir.

Kuzey-Batı bölgesi Romanya'nın 8 kilit bölgesinden biridir ve 6 ilçeden oluşur. Bölgedeki ekonomik gelişmenin kutupları, Cluj-Napoca, Baia-Mare, Oradea, Zalău, Satu Mare ve Bistrița gibi büyük şehirler tarafından temsil edilmektedir.

#### Bazı Önemli Bilgiler

**İŞGÜCÜ PİYASASI** (2015 yılı durumu): İstihdam edilenlerin %28,16'sı tarım, %23,04'ü sanayi, %13,02'si ticaret ve %6,48'i inşaat alanındadır.

**EKONOMİ:** Sektörlere göre uluslararası ticaret ihracatı, bölgenin toplam ihracatının %34'ünü oluşturan makine ve mekanik aletler, elektrikli teçhizat, ses ve görüntü kayıt cihazlarından, çeşitli eşya ve mobilya, adi metaller, tekstil ve giyim eşyası, plastik ve kauçuk ürünler %6 olarak gerçekleşti.

**YÜKSEK ÖĞRETİM, ARAŞTIRMA VE YENİLİK:** Ülke nüfusunun yalnızca %3,49'u yüksek öğrenime sahiptir. Bu bölge, RDI – Araştırma, Geliştirme ve Yenilik birimleri (2013) sayısı bakımından Romanya'da ikinci sıradadır. Yenilikçi şirketlerin oranı, 2004-2010'da toplam şirket sayısının %27'sinden 2012'de yalnızca %12'ye düşerek ulusal düzeyde son sırada yer aldı.

**TURİZM:** Ziyaretçilerin çok çeşitli müzeleri, kaleleri, hisarları ve dini simgeleri ve kentsel mimariyi görmeye geldiği turizm, bölgede büyük bir cazibe merkezidir. 14 sertifikalı tatil yeri, tıp merkezi ve kaplıca ile sağlık turizmi bir diğer önemli cazibe merkezidir ve Maramureş, Apuseni ve Munții Rodnei (dağlar) gibi geniş korunan doğa alanlarında kırsal turizm de gelişmektedir.

Köstence "Ovidius" Üniversitesi İktisadi Bilimler Fakültesi'nden Ionel Marian tarafından yürütülen bir araştırmaya göre, Romanya köyü, temel aldığı için turist akışları oluşturan özgün bir turistik üründür (Nistoreanu ve diğerleri, 2003, s.208). çok çeşitli doğal ve kültürel kaynaklar, çeşitli turistik tesisler ve turistik deneyimler ve ülkemizin özgünlüğünün ve benzersizliğinin özellikleri: insanlar, tarih, kültür, gelenek ve görenekler.

Romanya'da, turistik işlevi olan kırsal yerleşimler, yani turist köyleri mevzuatla onaylanmamıştır ve yasallaştırılmamıştır, bu nedenle bunlar belirlenmemiş, organize edilmemiş, düzenlenmemiş ve tanıtılmamıştır. Kırsal alanda, ait olduğu etnografik alan belirtilmeden sadece kırsal turist pansiyonları tanıtılmaktadır (Glavan, 2006, s.143). Bu nedenle, birçok kırsal alanda, yerel mimariye saygı gösterilmeden ve çevre dostu yapı malzemeleri kullanılmadan kırsal turist pansiyonları inşa edildi. Bu durum kırsal turizm için çok tehlikelidir çünkü yerel kimliğin kaybolmasına ve kentsel yerleşimlerin belirli unsurlarının aktarımına yol açmaktadır. Romanya kırsal turizmine özgü özelliklerin sürdürülmesi için, kırsal alanlara özgü doğal ve kültürel kaynakların bozulmadan korunması ve korunması için bir dizi önlemin alınması gerekmektedir. Aynı zamanda, hem ülke içinde hem de uluslararası olarak kırsal turizm ve tarım turizminin teşviki için merkezi ve yerel düzeyde stratejiler oluşturmak önemlidir.

## Kırsal Turizm: Politikalar, Programlar ve Yönetişim

2014-2020 döneminde, bu bölge, Avrupa normlarında detaylandırılan ve kırsal alanın da kalkınmasının temel direklerini tanımlayarak ele alındığı bir yerel kalkınma stratejisine entegre edildi. Bu strateji aracılığıyla, kırsal alanın kalkınması için rekabetçi kalkınma ve yeni işletmelerin uygulanması ve desteklenmesi önerilmiştir.

Bu bölgedeki turizm, 7 tür turistik yer ile karakterize edilir: tarihi yerler, dini yerleşimler, anıtlar, doğal ve yapay göller, kültürel çekicilikler, her bölgenin etnografik ve folklorik çekicilikleri. Bu strateji, turistik yer türlerine ilişkin istatistiksel verilerin toplanması ve sunulmasının yanı sıra, bölgenin turistik özelliklerini artırmak için 7 genel önlem içermektedir. Ne yazık ki, şu anda bu stratejinin etkisi ve uygulanan önlemler hakkında bir kamu araştırması mevcut değil.

Romanya'daki Kuzey-Batı bölgesi, yerel efsanelere, ürkütücü hikayelere, macera turizmine veya uluslararası masallara (Drakula gibi) dayanan alışılmadık yerlerde turistleri cezbeder. Ne yazık ki, bu tür sıra dışı turistik cazibe merkezleri, turistik tekliflerde tanımlanmış olsalar bile, bölgedeki altyapı geliştirme ve karmaşık turistik tekliflerde tutulmaktadır.

Romanya'da yapılan son araştırmalar, yerel bulgulara ve gerçeklere dayalı olarak, Cluj Napoca bölgesinde kırsal turizm için bir dizi tavsiye sunmaktadır. Romanya kırsal turizminin sürdürülebilir gelişimi için, turistleri sadece mutfak deneyimlerine değil, daha fazla faaliyet türüne dahil edecek yoğun ve farklı programlara ihtiyaç vardır. Romanya toplumuyla ilgili olarak turizmin azalmasına neden olan, yoksulluğa ve uygun olmayan yerlere dayalı bazı olumsuz yönler de vardır.

Bu bölgeden korunan alanlar, çevreyi korumanın en kabul edilebilir biçimi olan eko-turizmi teşvik etme stratejilerine tamamen entegre edilebilir. Orta vadeli kalkınma için (2021'e kadar), bu araştırma, dini yapılar gibi kültürel yapıların bozulmadan kurtarılmasını teşvik ediyor. Alışılmadık cazibe merkezleri için tematik parklar, spesifik sporlar (golf), uluslararası rotalara cazibenin dahil edilmesi, kişiselleştirilmiş turistik paketlerin geliştirilmesi ve mevcut hedeflenen kaynakların (spa ve sağlıklı yaşam, tuz mağaraları, termal su vb.) çoğaltılması gibi daha fazla turist çekecek bir yapının geliştirilmesi önerilmektedir.

Konaklama ile ilgili olarak, ulusal istatistiklere göre, özellikle Kuzey Transilvanya'da turizm potansiyeli yüksek kırsal alanlarda konaklamanın olmadığı bölgeler var. Buna ek olarak, bölgede çok az sayıda yüksek yol veya hızlı yol olduğu için yol erişimi o kadar tatmin edici değildir.

Ayrıca, bu araştırma sürdürülebilir kırsal turizm gelişimi için bazı önerilerle devam etmektedir: konaklama yerlerinin sayısını artırmaya yönelik ulusal strateji, daha fazla alan ve çekicilik yaratmak için turizm için yeni alanların teşvik edilmesi, Bilgi Noktalarının işlevselliğinin artırılması ve çeşitli faaliyet türlerinin teşvik edilmesi bu da daha fazla gece konaklamanın kazanılmasına yol açacaktır. (Bibliyografi: Kuzey-Batı Bölgesinde Turizm: Turistik yerler var ama altyapısı yok. Çözümler nelerdir?, Babes Üniversitesi- Bolyai, Cluj tarafından yapılan sosyolojik araştırma:

(<https://transilvaniareporter.ro/actualitate/turismul-in-regiunea-de-nord-vest-marile-lipsuri-principalele-puncte-forte-si-potential-de-dezvoltare/>)

### Turistik Veri

Avrupa Sosyal İnovasyon Derneği, kırsala odaklanarak turizmin ulusal durumunu kontrol etmek için ESCAPE2 projesi kapsamında oluşturulan anketleri Romanya'da uyguladı ve turistik bölgelerden 30 yerel ve ulusal paydaşa ulaşmayı başardı. Araştırma 3 eylem alanına ayrıldı: konaklama ve konuk ağırlama, kültürel ve doğal miras ve turistik rehberler ve turizm acenteleri. Otelcilik ve konaklama için 12, kültürel ve doğal miras için 8, turist rehberleri ve turizm acenteleri için 10 kişi anketi doldürmüştür.

Bu araştırmanın hedef grubu, rastgele seçilmiş az sayıda katılımcıdan oluşmuştur, bu nedenle sonuçlar Romanya'daki ulusal durumu temsil etmemektedir, yalnızca bu proje kapsamında daha fazla eylem için bir başlangıç noktasıdır.

## Kültürel ve Doğal Miras

Kültürel ve doğal miras konusunda, bu tür organizasyonlardan sorumlu kişiler arasında en büyük isteksizlik ile karşılaşan EaSI, yalnızca ESCAPE2 anketine ilgi gösteren 8 kuruluşa ulaştı. Çoğunlukla dağ veya tepelik alanlarda bulunmaktadır. Yanıtlar, 1 kale, 3 müze, 1 ulusal dernek (tuz mağaraları için) ve 1 yerel turizmi teşvik ve geliştirme derneğinden toplanmıştır - 2'si kentsel alanlarda, 2'si eski şehirlerde ve 4'ü kırsal alanlarda bulunmaktadır. Alınan bu 8 cevap içerisinde tarihi bina (1), tarihi bahçe (1), arkeoloji müzesi (2) ve eski kiliselerin de içinde bulunduğu diğer müze türlerinin (4) temsilcileri yer almaktadır.

Erişilebilirlik, yanıt verenler arasında bir sorun gibi görünmüyor, 6 yanıt siteye kadar iyi yollar ve 2 o kadar rahat değil. Yol durumu ile yol işaretleri arasında herhangi bir korelasyona ulaşamadık, cevaplar iyi yollarla karıştırılıyor, ancak yetersiz işaretler veya çok rahat olmayan yollarla yeterli işaretler. Bu cevaplardan, yolların durumu ile engelli (özellikle motor engelli) kişilerin erişilebilirliği arasında gözle görülür bir ilişki vardır - yolların rahat olmadığını beyan edenler, engelli insanlar için erişilebilirlik sorunları olduğunu da beyan etmişlerdir.

Bu kuruluşların çoğu, idari gün olarak kabul edilen Pazartesi günleri ve Ulusal Tatillerde kapalıdır. 1 firma sezon içi program değiştirdiklerini belirtmiş ve tamamı Nisan-Ekim döneminin en yoğun dönem olduğunu beyan etmiştir.

Bu sitelerden 2 tanesinde tur mevcut değil, 2 tanesi rehberli turlar sunuyor ve geri kalan 4 tanesi rehberli tur seçme seçeneği sunuyor. Yerli, yabancı ve 50 km'den daha yüksek mesafeden gelen turistler, 5 yerde broşür, 3 yerde grafik broşür, 3 yerde interaktif stant ve 1 yerde sesli rehber ile karşılanıyor.

Bu siteler aynı zamanda yabancı dostu olup, farklı dillerde destek vermektedir: 6 tanesi İngilizce, 2 tanesi Fransızcadır.

Başka bir konu, kamu finansmanının herkes için çok erişilebilir olmadığı görülüyor, bu nedenle 8 kişiden 3'ü son 10 yılda hibe almadığını söyledi. EaSI, bu kuruluşların bazılarının restorasyonlar (kültürel miras veya müzeler olarak eski kiliseleri içeren alan) veya turizmin geliştirilmesi için Belediye Meclisinden destek aldığını kaydetti. Ayrıca, her ikisi de arkeoloji müzesi olan bir kuruluş, Araştırma Bakanlığı'ndan ve bir kuruluş Avrupa Komisyonu'ndan fon almıştır.

Tüm katılımcılar, sitelerini özel bir Facebook sayfasında veya kendi web sitelerinde tanıtıyor. Bir varlık, havaalanlarında ve Elçiliklerde dağıtılan uluslararası broşürlere entegre edilmiştir ve 2 varlık, yerel turist pazarları, gazeteler veya broşürler olarak ulusal çevrimdışı tanıtıma entegre edilmiştir. Ayrıca, bir site herhangi bir turistik güzergah veya tanıtım devresine dahil değildir.

Tüm bu sitelerin, fiyatın yaklaşık 2 ila 8 lei (0,4 ve 1,6 euro) olduğu yerlere girmek için geçerli bir bilete ihtiyacı vardır. 5 tanesi sadece nakit ödeme alabilirken, 3 tanesi hem nakit hem de kartlı ödeme alabilir. Ayrıca, 2 katılımcı telefon uygulamalarından bahsederek e-ticaret için olumlu yanıt vermiştir.

## Misafirperverlik ve Konaklama

HORECA alanından 12 temsilci, Romanya genelinde rastgele dağıtılan anketimize yanıtlar verdi. Bu cevaplar arasında, çoğunlukla kırsal alanlarda (5 köyde ve 4 kırsal bölge veya kırsalda), tepe veya dağlık alanlarda bulunan 6 tarım turizmi yeri, 2 kafe ve 4 diğer işletme türü bulabiliriz. Bu kuruluşlar arasında, aşağıdakilere göre çeşitli konaklama türleri kaydettik: 3 oda & kahvaltısı, 1 eco glamping, 2 aile yanında konaklama, 1 apartman dairesi, 1 otel ve 2 diğer tip.

Sitelere erişimle ilgili olarak, çoğunluk yolların tatmin edici ve yol işaretlerinin yeterli olduğunu beyan etti. Köy bölgesinden bir katılımcı yolların yeterince erişilebilir olmadığını, yol işaretlerinin yetersiz olduğunu belirtirken, bir diğeri yolların sınırlı erişime izin verdiğini belirtmiştir. Bu sitelere erişilebilirlik ile ilgili olarak, engelli insanlar (özellikle motorlu olanlar) yerlerin düzenlenmesinde yetersiz bir şekilde dikkate alınmaktadır ve erişilebilirlik için 8 olumsuz cevap vardır. Ayrıca, karayolu erişilebilirliği için 4 olumlu cevap vardı ve bunların tümü kırsal alanlardaki sitelerden.

Konaklama ve ağırlama alanlarını temsil eden tüm katılımcılar, tüm yıl boyunca açıktır ve ulusal veya uluslararası her türden turisti almaktadır.

Genel olarak, turistler "görüşme yapılan" yerler için tesis bünyesindeki restoranlardan yararlanabilir ve çoğunluğu yerel veya etnik yemekler sunarken, 3'ü de dünya mutfağından yemekler sunabilir. Yerel mutfak için, tesis bünyesinde düzenlenen balık çiftliği nedeniyle, bu konumlardan biri menüde çeşitli balık yemeklerini içermektedir. Cevaplardan biri, turistlerin kendi yemeklerini pişirebilecekleri bir açık mutfak iken, 2'sinin bu tesise hiç sahip olmadığı yönündeydi.

Mevcut olanaklar açısından, 12 işletmeden 10'u lobi veya resepsiyonun varlığından bahsetmiştir; 4 yerde, turistler çamaşır yıkama tesislerine erişebilirken, 4 işletme gezi ve 3 tadım deneyimi sunabilir.

Bahsedilen fiyatlar 15 avronun altından en fazla 40 avroya kadar değişiyordu: gecelik fiyatları 15 avronun altında olan 5 işletme, 21 ile 25 avro arasında 3 ve 36 ile 40 avro arasında 2. Daha yüksek fiyatlı 2 tanesi dağ bölgesinde bulunuyor. 12 işletmeden sadece biri ödemenin sadece nakit olarak yapılabileceğini belirtirken, diğer 11 işletmede her iki yöntem de (nakit ve kart) kullanılabileceğini beyan etmiştir. Ayrıca bir katılımcı e-ticaret kullanmadığını ancak birlik içinde kartla ödeme kabul ettiğini söylemiştir.

Genel olarak, anketimize yanıt veren kuruluşlar, diğer paydaşlar veya kuruluşlarla ortaklıklardan bahsetmedi. Yalnızca 3'ü, tatil kuponları için ulusal sağlayıcılar da dahil olmak üzere diğer işletmelerle ortak olduklarını belirtti. Ortaklık türleri ile ilgili olarak tanıtım devrelerini ekleyebiliriz ve tanıtım ağları veya platformlarında 1 kuruluşun yer almadığı ve turizm devrelerinde 7 kuruluşun yer almadığı gözlemlenebilir. Bu anketin ardından 4 HORECA yöneticisi, turizm web sitelerinin tırmanış parkurları veya tadım deneyimleri sunabileceğinden bahsetmiştir.

Ankete katılanların çoğu, Booking veya diğer ulusal platformlar (TravelMinit) gibi turistik web sitelerinde veya sosyal medyada işletmelerini çevrimiçi olarak tanıtıyor.

Yabancı dil açısından, bu anketi yanıtlayan kişiler İngilizce konuşmaktadır (12 kişiden 7'si), bunlardan 2'si Fransızca veya Macarca gibi destek için başka bir dile sahiptir. Ayrıca, 3 kişi sadece 1 yabancı dil bildiklerini belirtmişlerdir, bu dil İngilizce değildir: Macarca (Romanya'nın kuzeyinde), İspanyolca ve Fransızca.

## Turist Rehberleri

EaSI, Bükreş'te daha geniş bir dağılımla bu kategori için 10 yanıt topladı; bunların tümü ulusal turist rehberleri, 3'ü yürüyüş rehberli turlar sağlayan ve 2 diğer turizm türleri (bahsedilmemiş). Hepsi, Romanya'daki büyük ölçekli turistik acenteler gibi bazı diğer işletmeler veya kuruluşlarla işbirliği yaptı.

Yanıt veren bu 10 kişiden tümü İngilizce konuşmaktadır ve 6'sı hizmetlerini sunmak için ikinci bir dile sahiptir: Almanca veya Fransızca. Sağladıkları hizmetlerle ilgili olarak, 4 çevre atölyesi, 1 kültür turizmi, 1 eğlence gezisi ve 3 doğa gezisi sunuyor.

5 katılımcı e-ticaret kullanmadığını beyan etmiştir. Toplanan cevaplardan 4 tanesi sadece nakit ödeme aldığını beyan etmiştir. Sadece nakit para alan 2 kişi de e-ticaret kullanmayanlar arasındadır. 4 saatlik turistik rehberliğin ortalama fiyatı 70 Euro civarında olup, turistik rehber dışındaki diğer hizmetler için fiyatlar 4 saat için 150 Euro'yu, tüm gün için ise 250 Euro'yu bulabilmektedir. Bu fiyata turist, bisikletler için trekking parkurları gibi diğer türden deneyimlerin keyfini çıkarabilir.

Tanıtım için kullanılan kanallar kendi web siteleri, Facebook veya Instagram gibi sosyal ağlar ve bir tanesi basılı reklamlardan bahsetmişti. Bir katılımcı, sosyal bilgilerin 4 kıtada yaptığı seyahatlerde bulunan toplulukları daha iyi anlamak için becerilerini artırdığını ekledi.

## İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi Örnekler

### 1. Bağdaki evler, Gorj, Romanya

Gorj ilçesinden bir köyden bir aile, Avrupa fonları aracılığıyla, bir bağa 6 küçük ahşap ev (2 kişilik) yerleştirerek, dinlenme yeri, oyun bahçesi ve açık havada akşam yemeği için bir yer düzenleyerek kırsal turizm için bir proje geliştirmeyi başardı. Turistler bir karavanla veya çadır kiralamak için gelebilirler. Bu girişimciler, bağcılık alanlarına özgü eski mahzeni koruyarak restore etmiş ve yerel objelerle müzeye dönüştürmüşlerdir.

### 2. Plenita Köyü'nde Çoklu Spor Sahası İnşası

Şu anda Romanya'da tarımsal faaliyetler yerel ekonominin yaklaşık %85'ini oluşturuyor. Yerel girişimcilik de ağırlıklı olarak birincil tarım, meyvecilik ve balıkçılık/su ürünleri yetiştiriciliği ile ilgilidir. Bununla birlikte, bölgenin cazibesini artırarak - yerel altyapıyı iyileştirerek ve yerel kültürel etkinlikleri tanıtarak (örneğin yıllık şakayık töreni, bazı geleneksel ve dini etkinlikler) - Plenita'nın çeşitlendirme, yenilik ve işletmeleri çekmek için giderek daha çekici hale geldiği fark edildi.

### 3. Gelişen Hedefler Yaklaşımı - Romanya, Flanders (Belçika) ve İskoçya'daki Topluluklar Toplum liderliğindeki sürdürülebilir turizm gelişimi için bir model oluşturmak için toplu olarak çalıştı

Gelişen destinasyon yaklaşımı, insanların ziyaretçilere ve yerlilere fayda sağlayan gelişen bir topluluk oluşturmak ve geliştirmek için bir araya geldikleri yaklaşımdır. Katılımcı alanlar, turizm faaliyetlerini topluluk ve alanlarının doğal sermayesine dikkat edebilecek şekilde büyütme istedi. Ana başarı, yerel turizm topluluklarını desteklemek ve onları ortak kooperatif, kendi alanlarının sürdürülebilir gelişimine odaklanmaktı. Artan sayıda yerel aktör artık daha geniş topluluk ve kırsal kalkınma hususlarıyla daha fazla ilgileniyor ve projeyi çalışmalarını bölgesel ve ulusal düzeyde profillemek için kullandı. İlgili kişilerin kişisel gelişimi, finanse edilen ve yapılandırılmış ağ faaliyetlerine katılmaktan edinildi.



4. Fishnat, "Balıkçılık-sınır ötesi turizm fırsatı / ürün ve doğal miras ve kaynakların sürdürülebilir kullanımı", Romanya Bulgar projesi

Bu fikir, her iki ülkede Tuna yakınındaki kültürel yerel mirası teşvik etme ve bir turizm olarak balık tutmayı teşvik ederek yerel gelişimi teşvik etme arzusundan başladı. Proje, girişimciliğin ortak gelişimi ve eğlence turizmi (konaklama, yemek yerleri, kamp alanları, seyahat ve eğlence fırsatları) ile ilgili alanlarda yerel nüfus için atölye organizasyonu üzerine odaklanmıştır. Projenin sonunda, bir Fishnat festivali düzenlendi - 3 gün boyunca turistik bir paket olarak kabul edilen bir etkinlik, tahmini 3000 katılımcı.

5. Bir Botanik Bahçesi Kurmak ve Genç Çiftçilere Eğitim Sağlamak

Romanya'daki küçük bir ilçe, yerel dönüm noktasını restore etmek ve tanıtmak için EAFRD desteğini kullandı: Botanik Bahçesi (1971'de oluşturuldu) ve genç çiftçiler için çevresel yönler hakkında bir eğitim programı tasarladı. Bahçenin altyapısını ve bitki örtüsünü geri yüklemek ve ulusal ve uluslararası düzeylerde diğer benzer kuruluşlarla ilişkilendirmek için EAFRD desteği kullanıldı. Buna ek olarak, finansman, uygulamalı çevre koruma, hayvancılık atıklarının ekolojik depolanması, su tüketimi ekonomisi, tarlalarda ve seralarda damlama sulama gibi çevre konularına odaklanan genç çiftçiler için bir eğitim programı oluşturmasına izin verdi.

\* Veriler Avrupa Kırsal Kalkınma Ağı (Enrd) web sitesinden alındı.

-[https://enrd.ec.europa.eu/projects-practice/\\_en?f%5B0%5D=sm\\_enrd\\_eu\\_countries%3ARomania](https://enrd.ec.europa.eu/projects-practice/_en?f%5B0%5D=sm_enrd_eu_countries%3ARomania)

## SONUÇLAR

Romanya'da, EAST'in topladığı verilere dayanarak, yerel veya yabancı turistleri ve turistik faaliyetlerin yöneticileri için bir açıklık gözlemleyebiliriz. Sitelerini ziyaret eden tüm turistler için daha iyi bir karşılama hazırlamak için becerilerini ve sonuçlarını iyileştirmeye ilgi duyuldu (EAST'in araştırmaya odaklandığı 3 alandan). Genellikle, her bir varlıkta birisi İngilizce konuşur, ancak bu bir kural değildir ve bazı yerlerde turistler uluslararası bir dilde iletişim kuramayan bir ev sahibi bulma pozisyonunda olabilir - bu da uluslararası turizmi arttırmak için bir sorunla sonuçlanır.

Birçok turizm hizmeti sağlayıcısı, turistleri daha fazla destinasyona göndermek için yeterli olmadığı ve yolların durumu bir alandan diğerine farklı olmadığı için bir erişilebilirlik sorunu olduğunu belirtti. Bu araştırmadan çıkarılabilecek bir gözlem, Romanya'daki turist alıcılarının, erişilebilirlik konularında daha hazırlıklı olduklarını belirten kültürel kurumlar dışında, engelli kişileri (özellikle fiziksel engelli) karşılamaya hazır olmalarıdır.

Ankette alınan cevaplara dayanarak, ortaklık hakkında tartışmak söz konusu olduğunda, Horeca ve kültürel kuruluşlardan gelen kuruluşların diğer yerel veya ulusal işletmelerle alanlarında çok fazla işbirliği yapmama eğiliminde oldukları fark edilebilir. , bunun yerine dahili bir ağa sahipler ve daha kendi odaklı işletmeler oluyorlar. Dahası, e-ticaret, büyük ölçekte nadiren kullanılan bir araçtır ve bu tür bir araç belirten katılımcıların% 50'sinden daha azıdır. Romanya'da, katılımcıların çoğu sosyal medya veya hizmetlerini tanıttıkları kendi web siteleri gibi çevrimiçi pazarlama araçlarını kullanır, böylece potansiyel turistler onları daha kolay bulabilirler.

Ulusal veya Avrupa fonlarına danışılan 3 alandan yerel paydaşlar tarafından büyük ölçekte erişilmediğini akılda tutarak. Turistik alanlardan ulusal aktörler arasındaki farkındalığı ve bilgileri, özellikle kırsal alanlardan ulusal ve Avrupa fonları ile ilgili olarak artırmak önemli olabilir. Bu hibeler, görünürlüğü artırmalarına yardımcı olabilir ve kırsal alanda kültürel/doğayla ilgili faydalardan yararlanabilecek daha fazla turist getirebilir.

## ÖNERİLER

Rumen yanıt verenlerden alınan girdilere dayanarak, ana tavsiye yerel ve ulusal paydaşlar arasındaki işbirliğinin artırılması olacaktır; bu, aktörler arasındaki rekabetin teşvik edildiği yüksek kaliteli stratejilerin geliştirilmesine yol açacaktır; dolayısıyla fiyatlar ve hizmetler de rekabetçi hale gelir.

Turizmdeki Rumen aktörler, bölgelerini geliştirmek için ulusal veya uluslararası fonlara başvuruda bulunabilirler. Küçük topluluklar arasındaki işbirliğinin tamamen teşvik edildiği çeşitli finansman türleri vardır, bu nedenle onlara ulaşmak için öncelikle temel düzeyde bir işbirliği sağlamaları gerekir.

Ayrıca, uluslararası kırsal turizmin gelişmesi için tavsiye, uluslararası tanıtım yoluyla bölgenin özgünlüklerinin ana hatlarıyla belirtilmesi, turistleri daha fazla yabancı dilde ağırlamak ve turistik çekicilik olma potansiyeline sahip farklı alanlardan yararlanma fırsatları sunmaktır. Bu aynı zamanda daha az gelişmiş ülkelerde iş imkanlarının artması ve insanların yaşam kalitesinin artması için bir şans sunacaktır.

Babes-Bolyai Üniversitesi tarafından yapılan araştırmadan alınan bir dış tavsiye olarak, sürdürülebilir kırsal turizm gelişimi için konaklama yerlerinin sayısını artırmaya yönelik ulusal bir stratejiye sahip olunması, cazibe merkezleri için daha fazla alan yaratmak üzere yeni turizm alanlarının teşvik edilmesi, Bilgi Noktalarının işlevselliğini artırmak ve daha fazla konaklama gecesi kazanmaya yol açacak çeşitli aktivite türlerini teşvik etmek gerekmektedir.

## SLOVAKYA BATI VE ORTA SLOVAKYA – YENİ EĞİTİM

### Bölgenin Özellikleri

Pazar analizi, çoğunlukla batı ve orta Slovakya'ya odaklanan kırsal alanlarda yapıldı.

Bu bölge yaklaşık 3,15 milyon nüfusa sahiptir ve yalnızca zengin kültürel ve tarihi mirası değil, aynı zamanda Mala ve Velka Fatra milli parkları, Yüksek ve Alçak Tatras, Tuna nehirleri, Vah, Hron ve Dunajec gibi doğal mirası da kapsar. Sadece geleneksel turistik faaliyetler için değil, aynı zamanda ekolojik turizm ve tarım turizmi için de çok iyi koşullar var. Geleneksel yiyecekler ve sarmaşıklar nedeniyle büyük bir potansiyel tanınmaktadır.

### Kırsal Turizm: Politikalar, Programlar ve Yönetişim

Slovakya Cumhuriyeti'nin 2030 yılına kadar sürdürülebilir turizmin geliştirilmesine yönelik stratejisi, önümüzdeki on yıl için sektörün yönünü belirleyen ana stratejik malzemedir. Özü, turizm sektörünün gelişmesinden sorumlu merkezi devlet idaresi organı için, paydaşlarla işbirliği içinde yerine getirilmesi sektörün seviyesinin artmasına ve ülke ekonomisine katkısına yol açacak bir dizi görev oluşturmaktır. Bu stratejik belgenin odak noktası, Slovak Cumhuriyeti Hükümetinin Program Bildirisi Gündem 2030'den kaynaklanan görevlerin yerine getirilmesini desteklemek ve peyzajın birleşik bir sunumunu ve doğal ve kültürel kaynakların uygun kullanımını oluşturma ihtiyacını dikkate almak olarak belirlenmiştir.

### Turistik Veri

#### Kültürel ve Doğal Miras

Slovakya, büyük kültürel ve doğal mirasa sahip bir ülkedir. Anketimizde, Yüksek Tatras, Fatra dağları veya diğer Milli parklar ([https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_national\\_parks\\_of\\_Slovakia](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_national_parks_of_Slovakia)) veya kaleler ve şatolar (<https://www.hrady-zamky.sk/zoznam-hradov/>), ancak yerel yiyecek/içecek/ürün üreticilerine odaklandık. Bu "diğer" yerler, araştırmamızda görüşülen yerlerin %67'sini kaplarken, müzeler ve tarihi park/bahçe/bahçelerin her biri %16,67'sini kapsıyordu.

Çok olumlu bir gerçek olarak, görüşülen konuların tümünün tüm yıl boyunca açık olması, sadece müzelerin "sıhhi gün" veya "izin" olarak Pazartesi günleri olması vurgulanmalıdır. Çoğu sabah 10'dan akşam 6'ya kadar açıktır. Sadece birinin 10:00 - 16:00 saatleri arasında çalışma saatleri vardır. Hemen hemen hepsi, yeterli yol kalitesi ve işaretlerle konumlarının iyi olduğunu onaylıyor. Stiavnicke vrchy gibi dağlarda bulunanların sadece %16,7'si, özellikle kış aylarında yolların uygun olmadığını belirtmiştir. Görüşülen konuların tümü "geleneksel ilgi alanlarına" ait olmadığından, yalnızca biri sesli rehberleri veya diğer etkileşimli bilgi standlarını kullanır (Lisov Müzesi). Hepsi yer hakkında bilgi içeren kağıt broşürleri/el ilanlarını kullanıyor, %67'si müşterilere farklı kitap veya broşürler sunuyor ve %50'sinde grafik bilgi standları var.

Varlıkların %50'sinin personeli İngilizce konuşmaktadır ve sadece %17'sinde Banka/Kredi kartı ile ödeme yapılabilir. Tüm siteler için ana hedef gruplar aileler ve yerel turistlerdir. Görüşülen kurumların neredeyse %70'i yerel kalite markasıyla işbirliği konusunda sözleşme imzaladı, örn. "Yerli ürün Hont" [www.produkthont.sk](http://www.produkthont.sk).

Promosyon için, yanıt verenlerin %67'si broşürler, dergiler, broşürler gibi çevrimdışı iletişim biçimlerini kullanıyor; %50'si farklı fuar ve sergilere katılıyor; %33'ü sosyal ağları ve web sitelerini kullanıyor; %17'si Erasmus+ çerçevesinde farklı proje faaliyetlerine de katılıyor.

## Misafirperverlik ve Konaklama

Restoranlar ve Agroturizm (her ikisi de %33) görüşmede en popüler kategorilerdi ve kırsal alanlara odaklandığımız için hepsi kırsal bir bölgede veya kırsalda. Batı ve orta Slovakya bölgesi iyi gelişmiş olduğundan, görüşülen katılımcıların çoğu, %83'ü altyapı ve ulaşım seçeneklerini yeterli bulmaktadır. Tesislerin %67'si rota işaretlerini yeterli, %33'ü mükemmel olarak değerlendirmektedir. Hepsi için park yerleri mevcut olduğu gibi engelliler için de uyarlanmıştır.

İncelenen tesislerin neredeyse tamamı sosyal medyada (%67), başta Facebook olmak üzere mevcut ve aynı oranda küresel/yerel rehberlerin hizmetlerini kullanıyor (www.booking.com ve/veya www.restauracie.sme.sk). Ek olarak, tüm tesisler turistik rotalara ve/veya seyahat programlarına dahildir, örn. www.produkthont.sk/regionalne-produkty/, www.travelguide.sk, www.sdetmi.com, vb.

Görüşülen tüm siteler için kartlı ödemeler ve çevrimiçi ödemeler mevcuttur. Kahvaltı dahil tek kişilik bir gecelik konaklamanın ortalama fiyatı 55 €'dur, ancak bölgenin turistik çekiciliğine bağlı olarak nispeten büyük farklılıklar göstermektedir.

## Turist Rehberleri ve Dernekler

Bu bölümde bağımsız turistik rehberler, dernekler ve bürolar üzerinde durduk. Kuruluş "Yürüyüş rehberi" üzerine yoğunlaşıyorsa, lisans gereklidir. Diğer faaliyetler için - "Turist rehberi" ve "Açık hava sporları aktiviteleri eğitmeni" lisansları gerekli değildir. Görüşülen tüm kuruluşlar "yerel turizm" ve "doğal geziler" ile ilgili hizmetler sunmaktadır.

Sağladıkları diğer hizmetler arasında yürüyüş, çevre atölyeleri, flora/fauna izleme, kültür ve tarih turlarının yanı sıra dijital detoks bulabiliriz. Görüşülen tüm kuruluşlar, %33'ü diğer dillerde de olmak üzere, çoğunlukla Almanca, Fransızca ve İspanyolca olmak üzere İngilizce konuşan rehberler sunmaktadır.

Tüm kılavuzlar, bir hizmet için Banka/Kredi kartı veya Nakit ödeme ile ödeme imkanı sunar. Sırasıyla işi için e-ticaret araçlarını kullanıyor.

Görüşülen kuruluşların çoğu, faaliyetlerini tanıtmak için bir araç olarak web sitesi ve basılı reklamları kullandı. Sosyal ağlar ve yerel kampanyalar daha az kullanılıyor (sadece %10).

## İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En iyi örnekler

Yerel geleneklerin korunmasına örnek teşkil eden beş iyi uygulama seçtik.

Slovakya'daki yerel geleneklerin, tarihi, kültürel ve doğal mirasın istismarına örnek teşkil eden dört iyi uygulama seçtik.

İyi uygulamanın ilk örneği "Lišov Müzesi"dir. Lišov Müzesi, küçük bir Lišov köyünde eğitim turizmi sağlayan yenilikçi bir toplum kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir. Üç binasında turistik eğitim faaliyetleri ve hizmetleri sunmaktadır; ilki, "Lišovská Izba" adlı geleneksel bir Lišov halk evidir ve halk-kır tarzında döşenmiş bir oda ile tipik yerel ve bölgesel mimari özellikleri temsil eder; ikincisi, bir Kelt konutunun bir kopyasıdır; üçüncüsü ise yerel zanaatkarlar, sanatçılar ve çiftçilerin el yapımı ürünlerinin satıldığı küçük bir dükkanın yer aldığı Maskeler Galerisi. Müze şu anda 1887'den kalma evin yeniden inşası üzerinde çalışıyor ve yenileme için kil, taş ve ahşap gibi orijinal malzemeler kullanılıyor. İleride bu evin bir kafe olması planlanıyor. Müze, ERASMUS+ programı tarafından finanse edilen eğitim faaliyetlerine aktif olarak katılmaktadır ve bu hibe programı aracılığıyla yılda birkaç döviz kalışı yönetilmektedir.

İkinci iyi uygulama, kadın çiftçi Janka ve onun Rozniak Çiftliğini temsil ediyor. Roziak Çiftliği'nin kökleri geleneklerde, burada yaşamış atalardadır. Janka, atalarının evinde kalmaya ve işlerini - çiftliğin kendisi ve çobanlık gibi - güzelleştirmeye karar verdi.

Üçüncüsü işi, özellikle de tekstil tasarımını temsil ediyor. MODROTLAČ RABADA kumaş tasarımları, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yer alan geleneksel ozalit teknikleriyle işlenir. Ozalit üretimi, baskı ve boyama el sanatlarının bir kombinasyonudur. Bitmiş kumaş müşterilere teslim edilir veya MODROTLAČ RABADA markası altında giysiye dönüştürülür.

Son olarak, en önemlisi, iyi uygulama Papradno'da, bozulmamış dağlarla çevrili güzel bir doğal kırsalda yer alan ve yol işaretleri bulunan kır yürüyüşleri ve çeşitli zorluk seviyelerinde dağ bisikleti parkurları sunan AgroHouse'u temsil eder.

AgroHouse üç olanak sunar:

- "Agropenzion Grunt" Konuk Evi
- "Koliba Papradno" kulübesi
- Çiftlik.

Konukevi, 2001 yılında eski bir dikiş atölyesinin yeniden inşa edilmesiyle inşa edilmiştir. Ana fikir, kırsal turizmi ve çiftliğimizde ürettiğimiz koyun sütünden elde edilen yerel ürünlerin satışını teşvik etmektir. Birkaç yıl sonra, sahipleri bir açık hava binicilik alanı inşa ettiler. Hut Papradno 2008 yılında inşa edilmiş olup konaklama kısmı 2017 yılında tamamlanmıştır.

## SONUÇLAR

- **Güçlülükler**

- Kültürel, tarihi ve doğal miras ve potansiyel
- 4 mevsim boyunca çekicilik
- İyi altyapı, yollar, internet bağlantısı
- Dil becerisine sahip insanlar (özellikle genç)
- İyi korunmuş ve restore edilmiş nesne ve anıtlar
- Bölgesel/ulusal/uluslararası miras listesinde (örn. UNESCO) birçok turistik cazibe merkezinden bahsedilmektedir.



- **Zayıflıklar**

- Zayıf tanıtım, reklam ve halkla ilişkiler
- Yerel hedef gruplara odaklanın
- Yerel girişimcilerin desteklenmesi (Project AGATA, [www.agata-project.eu](http://www.agata-project.eu) bu zayıflığı değiştirmeye çalışıyor)
- Turistlerin ilgisi genellikle dağlarda, şatolarda veya sağlık/spa gibi turistik merkezlerde "Ünlü" olur)

## **ÖNERİLER**

### **1-Slovakya'daki Kültürel ve Doğal Miras Sektörü İçin Öneriler**

Çevremizdeki dünya daha fazla dijitalleşmeye başlıyor ve Y kuşağı çok yakında ekonomik olarak aktif sosyal grupların önemli bir bölümünü temsil edecek, bu nedenle iletişim ve reklamcılık onların tercihlerine göre ayarlanmalıdır. Bu, dijital varlığın, e-ticaretin ve dijital pazarlamanın başarılı iş için çok önemli olduğu anlamına gelir. Sosyal medya ve turistik portallar her işte OLMALIDIR.

İkinci olarak, alanın daha da geliştirilmesi için kavramsal strateji/vizyon gereklidir. Bu, yerel politika yapımcıların ve aynı zamanda, Slovakya nispeten büyük merkezleşmeye sahip bir ülke olduğundan, ulusal hükümetlerin ve Tarım ve Kırsal Kalkınma Bakanlığı temsilcilerinin görevidir. İyi uygulama örneği olarak, kırsal alanların işbirlikçi ve kapsayıcı gelişiminin nasıl çalışabileceği, Ufuk 2020 projesi Polirural'daki Slovak pilot örneğidir ([www.polirural.eu](http://www.polirural.eu) ve [www.atraktivnyvidiek.sk](http://www.atraktivnyvidiek.sk)).

Son olarak, kırsal turizm yöneticileri, tarım ve kırsal kalkınma alanlarında faaliyet gösteren benzersiz bir yüksek öğretim kurumu olduğundan, Nitra'daki Slovak Ziraat Üniversitesi'nden mezun olmalıdır.

### **2-Slovakya'da Otelcilik ve Konaklama Sektörü İçin Öneriler**

Bu sektörde son birkaç yıldaki ilerleme göz önüne alındığında, önemli gelişmeler görülebilir. Özellikle 2020 ve 2021'de, COVID-19'un yurt dışına seyahat kısıtlamaları nedeniyle Slovaklar, Slovakya'nın potansiyelini buldu.

Konaklama ve konaklama sektörü için, kültür ve miras sektörüyle aynı noktaları vurgulayabiliriz – pazarlama ve reklamcılığı geliştirmek. Faaliyetler, yerel geleneklere ve yerel ürünlerin kalitesine - yiyecek, içecek ve kültür - odaklanmalıdır. Hizmetlerin kalitesine büyük önem verilmeli ve fiyatlar ile denge kurulmalıdır.

### **3- Slovakya'daki Turist Rehberleri ve Dernekler İçin Öneriler**

Turist rehberliği gündemde olmayan bir sektör. Yürüyüş için rehberler, şehirlerdeki turizm danışma büroları ve High Tatras gibi turistik merkezlerde bu hizmetlerin eksikliği var. Toplanan bilgi ve görüşmelerden elde edilen bulguları dikkate alarak şunları önerebiliriz:

- Yerel turistik sağlayıcılar, sadece yürüyüş için değil, aynı zamanda yer, tarihi, kültürel mirası ve geleneksel ürünleri hakkında bilgi sağlamak için rehberliğe ve rehberlere yatırım yapmalıdır.
- Rehber rolü yurttaş(lar)ı, yıllarca orada yaşamış, bölge hakkında çok iyi bilgiye sahip ve "uzmanlık alanlarını" bilen emekli bir kişiyi bile almalıdır. Örneğin otel veya turistik merkez tarafından sağlanan hizmetin önemli bir ek değeri olmalıdır.
- Tarih, iyi yemek, geleneksel ürünler mağazası vb. ile bağlantılı önemli noktalarda duraklarla bir "Macera gezisi" oluşturmak.

## İSPANYA LA RİBERA – LA RİBERA KONSORSİYUMU

### Bölgenin Özellikleri

La Ribera Konsorsiyumu, iki belediye birliğinin belediyelerini birleştiren belediyeler üstü bir oluşumdur: La Ribera Alta ve La Ribera Baixa. Böylece La Ribera Alta ve La Ribera Baixa bölgelerinde pazar analizi yapılmıştır.

La Ribera Alta bölgesi 970,1 km<sup>2</sup>'lik bir alanı kaplar ve 220.000'den fazla nüfusa sahip 35 belediyeden oluşur. Buna karşılık, Ribera Baixa ilçesi bir alanı kaplamaktadır.

280,36 km<sup>2</sup>, 12 belediyeye ve 80.356 nüfusa sahiptir. Mancomunidad'ın bir parçası olmadığı için çalışma Cullera belediyesini dikkate almamıştır.

Xúquer Nehri tarafından yapılandırılan bu ilçelerde, güneşlenmek veya su sporları için ideal olan muhteşem doğal ve kentsel plajlar, yürüyüş için dağlar, mağaralar, kaynaklar ve vadiler bulabiliriz. Sizi yürüyüşe veya bisiklete binmeye davet eden portakal bahçeleri, üzüm bağları ve pirinç tarlalarından oluşan eşsiz bir manzaraya sahiptir.

Tarih öncesi çağlardan beri yerleşim yeri olan Ribera de Xúquer, kaleler, duvarlı surlar ve çok sayıda kule şeklinde İber, Roma ve Arap yerleşimlerinin izlerini koruyor. İnziva yerleri, kiliseler ve manastırlar mimari manzarayı tamamlar.

### Kırsal Turizm: Politikalar, Programlar ve Yönetişim

2017'de Ribera de Xúquer'de turizm ürünlerinin yaratılmasına yönelik bir Strateji sunuldu. Çalışmanın temel amacı, "gerçek", benzersiz, rekabetçi ve tamamen pazarlanabilir turizm ürünlerinin yaratılması, uygulanması ve geliştirilmesi için bir eylem planının geliştirilmesiydi.

2021 yılında Avrupa projesi çerçevesinde gerçekleştirilen anketten elde edilen veriler, bir önceki çalışmadan elde edilen bilgilerin tamamlanmasına hizmet edecektir.

### Turistik Veri Kültürel ve Doğal Miras

Bir bütün olarak, incelenen bölge 395 turist kaynağına sahiptir. Bunların %70'i mimari nitelikteki (askeri, sivil, dini, popüler, endüstriyel, gastronomi, festivaller, etkinlikler, müzeler, dinlenme alanları) kültürel mirasla ilgilidir. Aynı şekilde, turist kaynaklarının %30'unu oluşturan doğal kaynakların (kabartmalar, hidrolik elemanlar ve korunan doğal alanlar) varlığı da çok önemlidir.

Kültürel ve doğal mirasla ilgili ankete, %95'i kamu sektöründen ve %5'i özel sektörden olmak üzere 22 kurum cevap verdi. Kaynakların %38'i tabiat parklarına, %6'sı kiliselere, %31'i tarihi yapılar, %13'ü bahçe ve kent parklarına ve %13'ü müzelere karşılık geldi. Erişilebilirlik konusunda ise %60'ı ulaşım yolları açısından altyapının yeterli olduğunu, %26'sı ulaşım seçeneklerinin yeterli olduğunu, %3'ü altyapının sınırlı olduğunu düşünüyor. Ankete yanıt veren belediyelerin önemli iletişim yolları ve onları ilin en önemli kent merkezi olan Valensiya'ya bağlayan bir demiryolu hattı bulunmaktadır.

Genel olarak, daha az nüfuslu belediyelere ve doğal mirasa erişim toplu taşıma ile zordur. Yönlendirme açısından, ankete katılanların %67'si bunun yeterli olduğunu ve %19'u olmadığını söyledi. Ankete katılanların %71'i kaynakların engelli kişiler için erişilebilir olduğunu söyledi. Kaynağın açılmasıyla ilgili olarak, %68'i tüm yıl boyunca açıktır ve %14'ü randevu ile açıktır. Kaynakların %61'i rehberli ve ücretsiz ziyaretler sunuyor, %17'si sadece rehberli ziyaretler sunuyor ve %22'si rehbersiz ziyaretler sunuyor. %65'inde bilgi standı, turistik bilgi ve bilgi broşürleri ve %8'inde interaktif stand ve sesli rehber var. Dil becerileri açısından, %60'ı İngilizce, %26'sı Fransızca ve %13'ü başka bir dil bilgisine sahiptir. Kaynakların %87'si ücretsiz olup, ücretli kaynakların %60'ı kredi kartı ile, geri kalanı ise sadece nakit ödeme kabul etmektedir. Kaynakların %56'sı web sitesi ve sosyal ağlar, %17'si fuar katılımları ve %16'sı broşür ve dergiler aracılığıyla tanıtılmaktadır.

## Misafirperverlik ve Konaklama

Agència Valenciana del Turisme (2016) tarafından yayınlanan Belediye ve Bölgesel Turist Teklifi verilerine göre, Consorci de la Ribera'yı oluşturan 46 belediyenin toplam 6.580 düzenlemeye tabi konaklama yeri vardır. Düzenlenen bu yerlerin çoğu, teklifleri Sueca belediyesinde yoğunlaşan kamp alanları (%65) tarafından sunulmaktadır (4.300 konaklama yeri ile 3 kamp alanı. Kamp alanlarından sonra, oteller ve apartman daireleri en büyük arz hacmine sahip konaklama türleridir. Bölgedeki 9 belediyede dağıtılan 17 otel, toplam 1.250 yatak yerine (düzenlenen yatak yerlerinin %19'u) yoğunlaşmaktadır.

Agència Valenciana del Turisme (2016) tarafından sağlanan verilere göre, Consorci de la Ribera'nın bir parçasını oluşturan 46 belediye, toplam 29.766 koltuk sunan toplam 471 restorana sahiptir. Restoranların büyük çoğunluğu (%97) üçüncü kategoridedir. Bu anlamda, bölge sadece 14 ikinci kategori restorana sahiptir: Alzira'da 5 restoran; Carcaixent, Sueca ve Villanueva de Castellón'da 2; ve Carlet, Favara ve Llombai'de bir restoran. Son olarak, bölgedeki sadece iki birinci kategori restoran L'Alcúdia ve Alzira belediyelerinde bulunmaktadır.

Sueca ve Alzira en büyük restoran arzına sahip belediyelerdir (sırasıyla 6.531 ve 6.081 yer). 1.000'den fazla restoran yeri bulunan belediyelerin geri kalanı Alginet, Almussafes, Algemesi, Carcaixent, Benifaió ve Carlet'tir.

ESCAPE2 projesi kapsamında yapılan ankete %75'i restoran, %25'i otel olmak üzere 12 aktör cevap verdi. Hepsi kentsel bir bağlamda yer almaktadır. Her iki tür tesisin erişilebilirliği ile ilgili olarak, %75'i yeterli ulaşım seçeneklerine sahip oldukları yorumunu yaptı (tüm katılımcılar, Valensiya ve havaalanına bağlantılı demiryolu hattına erişimi olan belediyelerde bulunmaktadır). Toplu taşıma ile ulaşımın çok zor olduğu küçük belediyeler için durum böyle değildir. İşletmelere tabela asma ile ilgili olarak, sadece %25'i yetersiz olduğunu veya hiç olmadığını belirtmiştir. Tüm işletmeler engelliler için erişilebilir olduğunu ve yarısı park yeri olmadığını belirtmektedir. Mevcut hizmetlerle ilgili olarak, bunların yalnızca %18'inde ücretsiz Wi-Fi vardır. Yerleşke dışındaki diğer dillere hakimiyet konusunda ise %60'ı İngilizce, %27'si Fransızca bilmektedir. Ödeme yöntemine gelince, hepsi kredi kartıyla ödeme kabul ediyor. Restoranlarda ortalama fiyatlara bakıldığında, restoranların %25'i 50 €'nun üzerinde, %25'i 21-25 € arasında ve %25'i 15 €'nun altındadır. Konaklamada ortalama fiyat 36-40 € arasındadır. Dernekçilik ile ilgili olarak, işletmelerin %64'ü bir iş derneğine üyedir. Tanıtım şekline gelince, %73'ü bunu sosyal ağlar ve web siteleri aracılığıyla yapıyor ve %27'si dijital yayılım yapmıyor.

## Turist Rehberleri ve Dernekler

Valensiya Kırsal Turizm Derneği Xúquer, La Ribera bölgesindeki tek turizm derneğidir ve yakın zamanda oluşturulmuştur, 2020'de kurulmuştur. Bu dernek ankete katılmıştır. Hem yürüyerek hem de bisikletle rehberli turlar sunuyorlar ve çevre atölyeleri düzenliyorlar. İngilizce, Fransızca ve Almanca gibi yerel dillerin dışında dil becerilerine sahiptirler. 4 saatlik çalışmanın ortalama fiyatı yaklaşık 34€'dur. Dernek, sosyal medya, web sitesi ve etkinliklere katılım yoluyla kendini tanıtmaktadır.

## İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En İyi örnekler

La Ribera'da kırsal turizmi teşvik etmek için en iyi beş uygulama örnek olarak seçilmiştir. Bu eylemler, 46 belediyeyi bir araya getiren veya onlarla işbirliği yapan İlçe Meclisleri tarafından yürütülmektedir.

İlk örnek, Turizm Ürünleri Kulübü'nün oluşturulmasıdır. Bu, bir grup şirket ve kuruluşun, belirli bir pazar segmenti için yeni ürünler geliştirmek veya mevcut ürünlerin değerini artırmak amacıyla, kamu-özel çerçevesinde organize bir şekilde birlikte çalışmak üzere anlaşmaları bir planlama ve yönetim aracıdır. Toplam 20 firma ile yeni bir kırsal turizm derneği oluşturulmuş ve firmalar arasında turizm ürünleri tasarlanmıştır. İkinci örnek Gastro Ribera Km0'dır. Kasım ayı boyunca yöresel ürünler, gastronomi ve gastronomi turizmi ile ilgili çeşitli eylemlerin gerçekleştirildiği bir etkinlikten oluşmaktadır. Üçüncü teklif Entrecomarques. Bu, tarihi, sanatsal, kültürel, geleneksel ve gastronomik ilgi alanlarındaki tüm somut ve somut olmayan turistik cazibe merkezlerinden en iyi şekilde yararlanmak için güçlerini birleştirmek amacıyla Valensiya eyaletindeki çeşitli belediye birlikleri tarafından kırsal turizmi geliştirmek için organize edilen öncü bir turizm programıdır. Belediyelerin farklı çekicilikleri, tarihçiler, teknisyenler ve hatta belediye meclis üyeleri ve belediye başkanları da dahil olmak üzere belediye personeli tarafından açıklanmaktadır. Dördüncü en iyi uygulama PARATGE'lerdir. La Ribera'nın farklı doğal parklarının bilinmesi ve tanıtılması yoluyla La Ribera'nın doğal mirasını korumak amacıyla oluşturulmuş bir programdır. Tabiat parkları bazen belediye vatandaşları tarafından tamamen bilinmiyor. Bu nedenle, doğal sitlere rehberli ziyaretler düzenlenerek, çevrede yürüyüş yapmanın yanı sıra, doğal sit ile bağlantılı tarihin anlatılması sağlanmaktadır. Son teklif, Ribera Alta İl Meclisi'nin "Miras Sayısallaştırma" departmanı olan RIBERANA'dır; burada koruma amacıyla büyük bir veri tabanı ve bir dizi dijitalleştirilmiş kültürel miras nesnesi (sanal turlar, videolar, 360°, 3D görüntüler) yerel mirasa erişim sağlar. Bu materyal açık erişimlidir (CC) ve çoğaltılabilir ve tanıtım amaçlı kullanılabilir.

## SONUÇ

### • Güçlülükler

La Ribera (Valencia), ikisi İnsanlığın Somut Olmayan Mirası olan mimari kültürel miras ve festivaller açısından turizm için kullanılabilir kaynakların çeşitliliği ve dağılımına bağlı olarak ortalama bir turist potansiyeline sahiptir. Aynı şekilde Tabiat Parkı ile birlikte doğal kaynakların (rölyefler, hidrolik elemanlar ve korunan doğal alanlar) varlığı da çok önemlidir. İkram teklifi, çevrimiçi promosyon, kartla ödeme ve engelliler için uyarlanmış olarak iyi geliştirilmiştir. Ana şehirlere karayolu ve demiryolu iletişimi iyidir.

### • Zayıflıklar

Konaklama teklifinin gelişimi, özellikle kırsal ve otel konaklaması açısından çok sınırlıdır. Kamp alanları ve daireler sahil şeridinde yer almaktadır. Demiryolu hattı olmayan belediyelere ulaşım toplu taşıma çok yetersizdir. Aynı şekilde doğal alanlara ulaşım için özel araçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bölgede turist rehberi eksikliği bulunmakta ve talep açısından doğru konumlandırılmış turist markası bulunmamaktadır.

## ÖNERİLER

- Bölgede ulaşım, konaklama, restoranlar, aktiviteler, ziyaretler ve turları içeren turizm deneyimlerinin yaratılması için turizm hizmet şirketleriyle tanıtım ve refakat.
- Bölgede turizm sektöründe istihdam yaratmak için Valensiya Kırsal Turizm Derneği aracılığıyla iş ağını teşvik etmek.
- La Ribera'da tasarlanan ana güzergahlar için bir yaygınlaştırma programının oluşturulması: Bölgedeki farklı belediyelerin ortak noktaları olan farklı unsurları bütünleştiren Modernist Rota, Su Rotası, Demir Köprüler Rotası gibi Kültürel Rotalar.
- Xúquer nehri, Magre ve Acequia Real kıyılarında yürüyüş, bisiklet ve binicilik güzergahları bulunan doğal yolların bulunduğu La Ribera'da bisiklet turizmi yolları ağının tanıtımı.
- Ribera del Xúquer markasının konumlandırılması.
- Ortak tanıtım stratejileri geliştirerek belediyelere katma değer getiren Ribera de Xúquer Spor Etkinlikleri ve Denemelerini tanıtın.
- Küçük belediyeleri ana demiryolu hatlarına bağlayan talep üzerine toplu taşıma hizmetlerini teşvik eden bir Bölgesel Sürdürülebilir Hareketlilik Planını teşvik edin ve tasarlayın.
- Yürütülen tüm eylemlerin sürdürülebilir turizm ile uyumlu olduğunu teşvik edin.
- Turizm hizmeti şirketlerinin sürdürülebilir turizm stratejisiyle uyumlu hale getirilmesi için eğitim ve öğretim.
- La Ribera'daki mevcut turistik kaynaklar ve bunların bir turizm faaliyeti olarak kullanılma potansiyelleri konusunda halk arasında farkındalık yaratmak.



## TÜRKİYE

### EDREMIT – K-GEM

#### Bölgenin Özellikleri

Termal, dağ ve deniz turizminin bir arada yaşandığı Edremit, Balıkesir ilinin büyükşehir olmasıyla birlikte 150 bin nüfuslu bir ilçe haline geldi. Kara, deniz ve hava yoluyla ulaşımın mümkün olduğu ilçemizde Koca Seyit Havalimanı'ndan dış hat tarifeli dış hat seferlerinin olması ilçe olarak vizyonumuzu genişletmiş ve kapılarımızı dünyaya açmıştır.

Edremit-Altınoluk sahil bölgesi geniş koyları, kumsalları ve mavi bayraklı denizi ile yaz döneminde dünyanın dört bir yanından turist ağırlamaktadır. Tarih ve doğa tutkunları için mükemmel bir gezi seçeneği olan Kazdağları (Kazdağları), yılın 12 ayı boyunca çeşitli etkinliklerle dağ turizminin yaşandığı bir cennettir. Edremit jeotermal kaynaklar açısından da oldukça zengin ve çok şifalı kaplıca sularına sahip. Edremit ilçesi, kaliteli termal oteli ve modern ünitelerden oluşan devre mülk tesisleri ile yılın her mevsimi termal turizmin ön saflarında yer almaktadır. Edremit Körfezi ve çevresinde tespit edilen en eski yerleşim izleri M.Ö. 50.000 yıllarına kadar gitmektedir. Bölgemizin tarihöncesi kültürünün aydınlanmasında rol oynayan en önemli yer Havran ilçesine 8 km. İnönü mağaralarının güneydoğusunda. Kocaçal Tepe'nin güney yamaçlarındaki mağaraların en büyüğü olan Karanlık Mağara'da yapılan kazılarda ortaya çıkarılan buluntular Yontma Taş Devri'ne kadar uzanıyor.

Dünyanın en temiz ikinci havası Kazdağları'ndadır. Bu dağların mitolojide Kaz Dağı'nı temsil etmesi bölgeye olan ilgiyi artırmaktadır. Kaz Dağları ve çevresine daha iyi turlar sağlamak, en kaliteli tesislerde dinlenme ve konaklama imkanları yaratmak için çaba sarf etmek gerekiyor. Şelaleler, akarsular, tarihi yerler, milli parklar, müzeler gibi alanlar da bu kapsamda özen gösterilen yerleri oluşturmaktadır. Edremit ilçesi de Akdeniz iklim kuşağında yer almaktadır.

#### Kırsal Turizm: Politikalar, Programlar ve Yönetişim

Değişen ve gelişen dünyada ülkelerin ayakta kalabilmeleri için kalkınma politikalarına ihtiyaçları vardır. Küreselleşme ile birlikte turizm sektörü Türkiye'nin kalkınma politikalarında önemli bir aktör haline gelmiştir. Özellikle kırsal kalkınma araçlarının ülkedeki yerel yönetimler tarafından etkin bir şekilde kullanılması, bölgenin olduğu kadar kırsal kalkınmanın da desteklenmesinde önemli bir araç olma potansiyeli oluşturmaktadır. Kırsal kalkınmanın bu bağlamda ele alınması ve yerel yönetimlerin diğer paydaşlar tarafından etkin bir şekilde kullanılması, yerel ve dolaylı olarak ülke ekonomik kalkınmasına olumlu katkı sağlayacaktır. Günümüzde insanlar şehir hayatının stresinden uzaklaşmak için şehirlerden uzaklaşmakta ve zamanlarını kırsal alanlarda geçirmeye yönelmektedirler. Bu durum kırsal turizmin canlanmasına olumlu katkı sağlamaktadır. Kente yapılan bu tür kısa süreli ziyaretlerin daha fazla olması ve daha cazip hale gelmesi için yerel yönetimlerin bir bölgede turizmden elde edilmek istenen her türlü geliri sağlaması, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, meslek kuruluşları ve o bölgedeki insanlar tarafından uygulanacak politika ve planların benimsenmesi ile sağlanabilir. Özellikle turizm faaliyetlerinin insanların etkileşimi içinde gerçekleştiği düşünüldüğünde yerel yönetimlerin sadece kendi halkına değil bölgeyi ziyarete gelen turistlere de çeşitli hizmetler sunması mümkündür.

Edremit ilçe merkezinin Ege Denizi'ne kıyısı yoktur. Çanakkale'ye giderken:

- \* Zeytinli
- \*Akçay
- \*Güre
- \*Altınoluk
- \*Avcılar
- \*Narlı en önemli tatil merkezleridir.

Kazdağı Milli Parkı, Balıkesir ili Edremit İlçesi sınırları içinde, Biga yarımadasının güneyinde yer alan 21.463,0 hektarlık alanı kapsayan, 17.04.1993 tarihinde milli park olarak ayrılmış bir milli parktır.

Ege Bölgesi ile Marmara Bölgesi'ni birbirinden ayıran ve antik çağda "İda Dağı" olarak anılan Kazdağı, Biga Yarımadası'nın en yüksek kütlesidir. Dağda kuzey-güney doğrultusunda uzanan derin vadiler ve kanyonlar bol oksijenli hava akımları oluşturur. Bu nedenle Kaz Dağları dünyanın en iyi oksijene sahip yeri olarak belirlenmiştir.

Antik çağda Mysia olarak bilinen ve Mysialılar, Karşlar, Truvalılar, Lelegler, Lurianlar, Lidler, Büyük İskender, Bergama Krallığı ve Roma İmparatorluğu'nun yerleştiği bölgede; Tahtakuşlar Köyü'ndeki Türkiye'nin tek köyünde Thebe, Astria, Anderia, Antandros, Adremytteion, Killa, Krysa, Lyrnessos gibi antik kentler ve Etnografya Müzesi de bulunmaktadır. Ayrıca Sarıkız efsanesinin geçtiği Sarıkız Tepesi ile Hasanboğuldu efsanesinin geçtiği Sutüven Şelalesi ve Hasanboğuldu Göleti de Milli Park sınırları içerisindedir.

Kazdağı Milli Parkı'nda halen Pınarbaşı ve Sutüven (Hasanboğuldu) olmak üzere 2 adet günübirlik kullanım alanı bulunmaktadır.

Zeytinli Kasabası ve Avcılar Köyü (Kışladağ Kapısı) Kazdağı Milli Parkı'na giriş olarak kullanılmaktadır. Sertifikalı yerel rehberler giriş kapılarından veya Zeytinli beldesinden veya Avcılar köyünden temin edilebilir.

Kazdağı ve çevresi sık ormanlarla kaplıdır. Bu ormanlar, iklimsel nedenlerle Babadağ dediğimiz ana kütlelin Edremit Körfezi'ne bakan güney yamaçlarında daha az, Bayramiç'e bakan kuzey kesiminde daha sıktır. Ana kütlelin batısına doğru Assos, Babakale çevresindeki arazinin yapısı değişir ve volkanik bir özellik kazanır. Akdeniz'e özgü bitki topluluklarından biri olan maki, özellikle dere yataklarında ve bazı kırsal alanlarda bulunur. Bu maki topluluklarını oluşturan defne, kocayemiş, mersin, bahar meşesi, karaçalı ve yabancı zeytin ağaçları Kazdağı'nın iklim özellikleriyle özdeşleşmiştir. Kazdağı'nda çok çeşitli ağaç türleri bulunmaktadır. Özel koruma alanında görebildiğimiz Kazdağı Göknarı bunların en değerlilerinden biridir. Doğal ortamında sadece Kazdağı'nda bulunan bu ağaç türü, Babadağ'ın kuzeydoğu yamaçlarında ve 1000-1500 m rakımlarda yayılış göstermektedir. Dar ve konik taçlı, piramit benzeri, 25-30 m boylanabilen, dekoratif bir ağaçtır. Mısır koçanı gibi uzun kozalakları vardır. Bu alan 1988 yılında çıkarılan bir kanunla 'Kazdağı Göknarı Tabiatı Koruma Alanı' ilan edilmiş ve özel koruma altına alınmıştır.

Termal, dağ ve deniz turizminin bir arada yaşandığı Edremit, Balıkesir ilinin büyükşehir olmasıyla birlikte 150 bin nüfuslu bir ilçe haline geldi. Kara, deniz ve hava yoluyla ulaşımın mümkün olduğu ilçemizde Koca Seyit Havalimanı'ndan dış hat tarifeli dış hat seferlerinin olması ilçe olarak vizyonumuzu genişletmiş ve kapılarımızı dünyaya açmıştır.

Edremit-Altınoluk sahil bölgesi geniş koyları, kumsalları ve mavi bayraklı denizi ile yaz döneminde dünyanın dört bir yanından turist ağırlamaktadır. Tarih ve doğa tutkunları için mükemmel bir gezi seçeneği olan Kaz Dağları, yılın 12 ayı boyunca çeşitli aktivitelerle dağ turizminin yaşandığı bir cennettir. Edremit jeotermal kaynaklar açısından da oldukça zengin ve çok şifalı kaplıca sularına sahip. İlçemiz, kaliteli termal oteli ve modern ünitelerden oluşan devremülk tesisleri ile yılın her mevsimi termal turizmde ön sıralarda yer almaktadır.

## **Turistik Veri Kültürel ve Doğal Miras**

Buradaki araştırmamıza konu olan kuruluşlar genel olarak %40 antik kent, %10 sanat galerileri, %40 müzeler, %10 milli parklardır. Araştırmamıza konu olan kurum ve işletmeler ulaşım konusunda herhangi bir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Bazılarının engelliler için uygun olmadığını gözlemledik. 10:00 - 17:00 arası müzeler ve sanat galerileri. Milli Parklar her gün açıktır, diğerleri hafta sonları kapalıdır. Ulusal ve dini bayramlarda müzeler ve sanat galerileri kapalı, parklar açıktır. Yön işaretleri hepsinde var. Bazı tabelaların yerlerinde sorun olduğu anlaşıldı. Tanıtım broşürleri var. Müze ve galeri çalışanlarının tamamı ve çalışanların %20'si yabancı dil bilmektedir. Hedef kitle yerli ve yabancı turistlerdir. Sanat Galerileri ve Müzelere giriş ortalama maksimum 10 Euro'dur. Milli parklara giriş 5 Euro civarında. Tüm kuruluşların internet sayfaları ve sosyal medya hesapları aktif olarak kullanılmaktadır.

## **Misafirperverlik ve Konaklama**

Buradaki araştırmamıza konu olan kuruluşlar genel olarak %40 lüks termal oteller, %30 oteller, %10 küçük oteller ve %30 kafe-restoranlardır. Araştırmamıza konu olan kurum ve işletmeler ulaşım konusunda herhangi bir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Engelli kullanımına uygun olduklarını gözlemledik. Oteller tüm yıl 24 saat, Cafe-Restoranlar 07:00-23:00 saatleri arasında çalışmaktadır. Tüm organizasyonlar hafta sonları ve ulusal-dini bayramlarda açıktır. Yön levhaları hepsinde var ama hepsi için çok yeterli değil. Tanıtım broşürleri var. Otel çalışanlarının %50'si, kafe-restoran çalışanlarının ise %10'u yabancı dil bilmektedir. Park yerleri genellikle mevcuttur. Hedef kitle yerli ve yabancı turistlerdir. Otellerde konaklama ortalama 20 Euro'dur. Cafe-Restoranlarda ortalama hesap 10 Euro'dur. Tüm kuruluşların internet sayfaları ve sosyal medya hesapları aktif olarak kullanılmaktadır. Oteller ve kafe-restoranlar kendi sayfalarından veya telefonla rezervasyon alıyor. Ayrıca oteller, turizm acenteleri saflarından rezervasyon almaktadır.

## **Turist Rehberleri ve Dernekler**

Burada araştırmamıza konu olan Turist Rehberleri genellikle Turistik Beldeleri gezen kişilerden oluşmaktadır. Lisansız rehberlik Türkiye'de tamamen yasak olduğu için, tüm katılımcılar lisanslı rehberlik danışmanlarıdır. Bazı rehberler turizm firmaları ile çalışırken, bazı rehberler serbest olarak çalışmaktadır. Rehberler en az iki yabancı dil konuşur. Turizm şirketleriyle çalışan rehberler, bankalar aracılığıyla ödeme kabul eder ve serbest çalışanlar, ödeme makbuzları karşılığında nakit kabul eder. Ücret, rehber ve bölgeye göre değişir. Bir rehberin ortalama maliyeti kişi başı 50 EUR civarındadır.

Tüm rehberlerin web sayfaları ve sosyal medya hesapları aktif olarak kullanılmaktadır. Kendi sayfalarından veya telefonla rezervasyon alıyorlar. Ayrıca Rehberler, turizm acentelerinin sayfalarından da rezervasyon almaktadır.

## İyi/En İyi Deneyimler - İyi/En iyi örnekler

Mütevazı bir köylü aile tarafından kültür sanat merkezine dönüştürülen Çamlıbel köyü Edremit'e 17 km, Akçay'a 5 km, Balıkesir - Çanakkale E-24 Karayoluna 2 km uzaklıkta, asfalt yol ile bağlantılı, doğal güzellikler içinde, doğal güzellikleri ile 130 hane ve 600 kilometre. Şirin ve kalabalık bir köydür. 1991 yılında açılan bu galeri, Türkiye'nin ilk ÖZEL ETNOGRAFİK MÜZESİ (Yasal adı GALERİ) olup, 1992 yılında açılan ve Türkiye'de ilk kez bir köyde kurulmuş bir sanat galerisidir.

Etnografya galerisinde Orta Asya'dan Türkiye'ye göç eden göçebe Türk boylarının ilginç ve eşsiz kültürel varlıkları, kıyafetleri, ev eşyaları, aletleri, halıları ve çadırları, sanat galerisinde ise her türlü eser yıl boyunca sergileniyor. Tatilinizi unutulmaz anılarla geçirmek istiyorsanız uluslararası üne ve kaliteye kavuşmuş bu galeriye mutlaka uğrayın. Burada göçebe Türk boylarının çekirdek kültürünü tanıyacak, KAZDAĞI (eski adıyla İDA Doğu) ve yakınlardaki efsaneleri öğreneceksiniz. Sizi ağırlamaktan mutluluk duyacağız.

Tahtakuşlar Özel Etnografya Galerisi (Müze) Ödül Listesi

- UNESCO (destek) 1994
- Balıkesir Yurttaşlar Birliği Derneği
- Rotary (Edremit şubesi) Kulübü
- Türkiye Seyahat Acenteleri (TÜRSAB)
- Ege Ordu Komutanlığı Eşleri
- Göztepe (İzmir) Rotary Kulübü
- Troya Folklor Çalışmaları Derneği Prof. Dr. Pertev Naili Boratav Folklor Ödülü
- Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi Fair Play Konseyi 2002 Büyük Ödülü

## SONUÇ

### • Güçlülükler

- Alternatif turizme uygun iklim, doğal kaynaklar ve bozulmamış çevre
- Tarihi ve kültürel zenginliği nedeniyle kültür turizmine elverişli olması
- Termal turizm için çeşitli termal kaynakların ve yerlerin varlığı
- Doğal turizme uygun potansiyele sahip olması
- Özellikle bölgede yüksek gelir grubuna sahip turistler için termal turizme uygun satın alımların toplanması
- Otellerde kongre turizmine uygun tesislerin ve kongre merkezlerinin bulunması
- Turizm amaçlı kullanılacak özelliklere sahip Milli Park varlığı

- Ekoturizm ve kırsal turizme uygun alanların bulunması
- Nehir turizmine uygun (yüzme, yürüyüş) birçok akarsu bulunmaktadır.
- Coğrafi konumu nedeniyle turist gönderen pazarlara yakınlık
- Rakip ülkelere göre çeşitlendirilmiş ürünler
- Kıtalararası pazarlar için keşfedilmemiş bir destinasyon olmak
- Turistik ürün çeşitlendirmesinin ülke turizm pazarlama politikalarına dahil edilmesi
- Turistik ürünleri çeşitlendirerek iç turizmi canlandırmak (yaz turizmi, termal turizm vb.)
- Kazdağları dağcılık ve dağ turizmi açısından yüksek bir değere sahiptir. flora fauna.- Bölgenin rekabet gücünün yüksek olduğu doğa, tarih ve kültür turizmine ilginin artması
- Ulaşım imkanlarının yeterliliği
- Avrupa Birliği'nin mali destek sağladığı projelere alternatif turizmi dahil etmek
- Zeytin gibi tarım ürünlerinin lezzetli ve organik olması, zeytinyağı gibi ürünler sunabilme özelliği.

## • Zayıflıklar

- Yerel yönetimler alternatif ürünlere duyarsızlık gösteriyor
- Alternatif turizme ayrılan yetersiz tanıtım ve pazarlama bütçeleri
- Turist sağlığı ve güvenliğindeki yetersizlikler
- Belirli bölgelerin düzensiz ve bozuk yapılaşması nedeniyle doğal çevrenin giderek bozulması
- Kültürel ve tarihi mirasın yeterince korunmaması
- Batı dünyası için Türkiye'nin ülke ve turistik ürün imajı olumsuz
- Düşük mevsimsellik ve kapasite kullanım oranları
- Alternatif turizm için yetersiz yatırım teşvikleri
- Türkiye ekonomisinin kronik yüksek enflasyon sorunu
- Yabancı tur operatörleri Türkiye'deki alternatif turizm fırsatlarına satış kataloglarında yeterince yer vermiyor
- Coğrafi konumu nedeniyle yakın çevredeki savaşıardan ve siyasi istikrarsızlıklardan olumsuz etkilenmesi
- Avrupa Birliği'nin birlik içi seyahati destekleme politikaları
- Yatay ve dikey entegrasyonlar sonucunda işletmeler istedikleri ürünleri sunanlar olarak sıralanabilir.
- Birliğin bilgi ve mali desteğinden yararlanarak rekabet güçlerini hızla artırmak için rekabet eden AB üyesi ülkeler
- Alternatif turizm imkanları için altyapı istenilen düzeyde gelişmemiştir.
- Yetersiz finansman
- Toplumda alternatif turizm bilinci gelişmemiştir.

## ÖNERİLER

Kırsal turizm, yapılaşmanın az olduğu, açık alan faaliyetlerinin ve bireysel faaliyetlerin yoğun olduğu, yerel ve küçük işletmelerden oluşan, tatil süresinin genellikle kısa olduğu, çiftlik ve ormanların yoğunlaştığı, yerel mimarinin, geleneksel yapıların ve yerel atmosfer yoğun. İlişkilerden oluşan ve genellikle mevsimsel faktörlerden etkilenen bir turizm türüdür (Ahipaşaoğlu vd. 2006). Yerel halkın genellikle amatör turizm işletmeciliği anlayışıyla istihdam edildiği kırsal turizmde, yerel işletme sahipleri de bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında kırsal turizm, kırsal alanlar için bir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Türkiye'de turizm faaliyetlerinin en yoğun olduğu yerdir. Bilinen turizm faaliyetlerinin yanı sıra kırsal turizm, bölgenin doğal, kültürel ve tarihi değerlerinin geleneksel dokusu içinde ve geleneksel yaşam tarzı bozulmadan turizme kazandırılmasında önemli bir yoldur. Doğal güzellikler, akarsular, göller, bitki toplulukları, mağaralar, yerel mimari, tarihi değerler, kültürel farklılıklar, yerel organizasyonlar, köy yaşamı, el sanatları, geleneksel mutfak kültürü, tarımsal faaliyetler, yöresel lezzetler, daha birçok ürün markalaştırılmalı ve kırsala kazandırılmalıdır. turizm. Daha geniş kitlelere ulaşabilmek için farklı dillerde özellikle internet ortamında tanıtımı yapılmalıdır. İnsanların farklı turizm arayışı içinde olduğu dünyamızda, Türkiye'nin de bu nimetlerden yararlanabilmesi ve ekonomik alanda söz sahibi olarak bu nimetlerden en üst düzeyde yararlanabilmesi gerekmektedir.





# Report Conclusion





## 5. Rapor Sonuçları

Bireysel proje ortaklarının kırsal bölgelerine ilişkin veriler, bu belgenin 4. bölümünde rapor edilen özetlerin tanımlanmasını mümkün kılmıştır.

Bu nedenle, verileri okuyarak, incelenen her gerçekliğe özgü olumsuzluktan arındırılmış olarak, ortak unsurlarla karakterize edilen durumları izlemek mümkündür.

Turizm endüstrisinin yıllardır gelişmekte olduğu ülkelerde bulunan kırsal alanların, son zamanlarda yapılandırılmış turizm biçimlerinin oluştuğu bağlamlarda bulunanlarla aynı durumda olmadığı açıktır. Turizmin halihazırda gelişmiş olduğu ülkelerdeki destinasyonlar için aslında bir "çekme etkisi" olasılığı vardır.

Aynı şekilde, ülkelerin coğrafi konumu, erişilebilirliği, sosyal, ekonomik ve siyasi istikrarı ile ilgili beklenmedik durumlar da kamuoyu ve uluslararası pazar tarafından algılandığı şekliyle ayrı ayrı değerlendirilmelidir.

Ancak gündem ve güncel sorunlara ilişkin ortak bir çerçeve çizmek mümkündür.

---

## GÜÇLÜLÜKLER

- 1) dikkate değer tarihi ve kültürel miras
  - 2) kültürel mirasın yaygın varlığı
  - 3) anıtların ve köylerin iyi korunmuş durumu
  - 4) iyi bir doğal mirasın varlığı
  - 5) tekli karakterize eden çeşitli unsurlar: doğa, kültür
  - 6) geniş gıda ve şarap mirası (tipik ürünlerin kalitesi ve sağlamlığı)
  - 7) yerel kültürle doğrudan temas (gelenekler, gelenekler, yaşam biçimleri, ...)
  - 8) spor veya açık hava turizmi faaliyetlerinin varlığı veya olası gelişimi
  - 9) Kültür ve inanç turizminin varlığı veya olası gelişimi
  - 10) önemli sayıda turistik cazibe merkezi veya turist potansiyeli olan
  - 11) yaygın konukseverlik ve standartlaştırılmamış konaklama tesisleri (teklif çeşitliliği)
  - 12) rakiplere göre çeşitlendirilmiş turizm ürününün olası inşası
  - 13) sessiz ve güvenli olarak algılanan yerler
  - 14) yoğun yaşamdan kopma yeteneği
  - 15) otantik (inşa edilmemiş ürünler) olarak algılanan destinasyonlar
  - 16) yerel suç faaliyetinin olmaması veya ilgisiz olması
  - 17) hizmetlerin maliyet etkinliği (birleştirilmiş turistik yerlere kıyasla)
  - 18) deneyimsel turizmin gelişimi
-

## ZAYIFLIKLAR

- 1) destinasyonun zayıf çekiciliği (destinasyonun kötü şöhreti düşük)
- 2) genel ve yapılandırılmamış teklif
- 3) temel turizm hizmetleri, çok az gerçeklik farklı deneyimler sunar
- 4) zayıf pazarlama araçları ve stratejileri
- 5) yerel politikalardan biraz destek
- 6) turizm girişimciliği eksikliği ve yetersiz eğitilmiş operatörler
- 7) kültürel mirasın çoğunda turist yönetiminin olmaması
- 8) pazarlamaya düşük yatırım (hem kamu hem de özel sektör)
- 9) entegre turizm ürünlerinin ve satış kanallarının eksikliği
- 10) engelli kişiler için yerlerin zayıf erişilebilirliği
- 11) altyapının kötü durumu
- 12) dijital uçurum / teknolojik boşluk, ürünlerin pazarlanması için internetin az kullanılması
- 13) dil farkı (birkaç operatör gerçekten yabancı dil konuşur)
- 14) yetersiz eğitilmiş personel (yemek ve konaklama)
- 15) çekiciler için yol işaret ve işaretlerinin yetersizliği
- 16) özel konuların işbirliği için düşük eğilim
- 17) konaklama yerlerinin kalite seviyesinde aşırı çeşitlilik
- 18) varış noktalarına zayıf erişilebilirlik - yetersiz kamu bağlantıları (trenler, otobüsler, vb...)

Ortaya çıkan tablo, yüksek büyüme potansiyeline sahip, ancak yatırımlar ve yeterli kalkınma politikaları ile hafifletilebilecek kısıtlayıcı faktörler tarafından engellenen destinasyonlardır.

---

## 6) Nihai Öneriler

Her bir proje ortağı ülke üzerinde gerçekleştirilen analiz, her biri için ortak güçlü ve zayıf yönleri vurgulayan sonuçlara yol açmıştır. Kırsal turizmin sürdürülebilir biçimlerini geliştirmek için cevaplanması gereken bir dizi ihtiyaç ve gerekliliğin ana hatlarını çıkarmak tam da bunlardan yola çıkarak mümkündür.

Bu nedenle raporun sonucu, uygulanacak eylemlerin neler olması gerektiğinin ve hangilerinin ortak bir stratejinin temeli olabileceğinin incelenmesinden oluşur.

Açıktır ki, incelenen çeşitli alanları birleştiren faktörler, her gerçekliğin sahip olduğu özel ihtiyaçların da olduğunun bilincinde olarak dikkate alınmıştır.

Aşağıda, kırsal turizmin her bir alanı için geliştirilecek somut işlemlere ilişkin öneriler yer almaktadır.

### **Kamu Sektörü: Politikalar ve Yönetişim**

Yapılan analizin odak noktası, bölgelerde mevcut hizmetleri iyileştirmek ve artırmak için ekonomik kaynakların çok sektörlü alanlarda (altyapılar, yatırımlar, ticari yardım, pazarlama, iletişim vb.) etkin bir şekilde dağıtılması ihtiyacının net olarak algılanmasıdır. Onları ayrıntılı olarak görelim:

1. Amaçları arasında turist toplama alanlarını durdurmak olan bölgesel bir turizm pazarlama planı oluşturmak
2. kırsal alanlardaki altyapı ağını iyileştirmek
3. etkili yol işaretleri sağlamak
4. kırsal alanlar ile havaalanları, tren istasyonları arasındaki fiziksel bağlantıları artırmak
5. toplu taşıma kapasitesinin artırılması
6. bisiklet yolları, güzergahlar ve doğa parkurları (trekking) yoluyla sürdürülebilir bir hareketlilik ağı oluşturmak  
/ (yürüyüş / İskandinav yürüyüşü)
7. bölgesel turizm markasını iletmek ve konumlandırmak için bir iletişim planı tasarlamak ve yönetmek
8. bölgesel turizmin gelişmesinden yararlanmak için diğer komşu bölgelerle pazarlama ortaklıkları üzerinde çalışmak
9. mevcut konaklama türlerini artırmak ve çeşitlendirmek
10. konaklamayı tamamlayıcı hizmet standartlarını iyileştirmek
11. tur operatörleri için özel eğitim faaliyetleri başlatmak (rehberler, konaklama, restoranlar, vb...)
12. olmayan ülkelerde: özel eğitim kursları ve rehberler için lisans veya sertifika
13. dijital uçurumun üstesinden gelmek (operatör becerileri ve cep telefonu kapsama alanı ve internet)
14. turistlere yönelik bilgi sistemlerini artırmak (bilgi teknolojileri ve dijitalde özel önem verilerek)

15. bilgilerle entegre bir uygulama ve müşteriler için hizmet rezervasyonu yapma olasılığı ile bir hedef web sitesi oluşturun ve yönetin.
16. Yerel turizm girişimcileri ağını oluşturmak
17. operatörler ve turizm hizmeti şirketleri için eğitim ve öğretim faaliyetleri yürütmek
18. Mevcut kaynaklar ve fırsatlar (farkındalık) konusunda farkındalığı artırmak için yerel halk için bilinçlendirme eylemleri uygulayın
19. turistik kaynaklara ve cazibe merkezlerine erişilebilirliği iyileştirmek için eylemler gerçekleştirin
20. herkes için turizm - ilgili yerleri özel ihtiyaçları ve engelli kişiler için erişilebilir kılmak\*

\*erişim rampalarının, haritaların ve dokunsal modellerin, sesli kılavuzların, yeterli tuvaletlerin, otomatik giriş kapılarının kurulumu.

## Özel Sektör

Özel operatörlere gelince, bunlar genellikle yeterli mesleki eğitime sahip olmayan veya ikincil bir faaliyet olarak turizm yapan kişilerdir. Sektörün ekonomik olarak gelişmesinin, sunulan profesyonellik ve hizmet kalitesinde köklü bir değişiklik olacağı açıktır.

### Ağırlama ve Konaklama – İkrâm

Özetle şunları yapmalıdır:

1. Sunulan hizmetlerin kalitesini iyileştirmek (hem temel hem de tamamlayıcı)
2. Sunulan hizmetlerin kalitesi ile maliyetleri arasında bir denge sağlamak
3. yönetsel ve organizasyonel becerilerini geliştirmek
4. teknoloji ve yazılım kullanımını uygulamak
5. Özel ihtiyaçları ve engelleri olan kişiler için erişilebilirlik sağlamak
6. sürekli eğitim perspektifine girin
7. İşbirlikçilerin ve çalışanların profesyonelleşmesi için baskı yapın
8. şirketin pazarlamasına yatırım yapın
9. İşletmenize dijital varlık, e-ticaret ve dijital pazarlama garantisi verin
10. Yapılan gastronomi önerisinde yerelin geliştirilmesini amaç edinir.
11. yerel geleneklere ve yerel ürünlerin kalitesine odaklanmak: yiyecek, içecek ve kültür
12. konuklara geziler, açık hava sporları, kültürel rehberli turlar, yiyecek ve şarap üzerine atölye çalışmaları vb. gibi deneyimler olanağı sağlamak (diğer operatörlerle işbirliği).

### Turist Deneyimleri (turizm hizmetleri veren şirketler, rehberler, dernekler, vb...)

Pek çok kırsal alanda, tur liderinin veya tur rehberinin rolünün yanı sıra uygulanabilir deneyimlere verilen değer büyük ölçüde hafife alındığı ortaya çıktı. Bazı ülkelerde, kültürel rehber rolünü yürütmek için gerekli profesyonel bir nitelik bile yoktur (ancak, şu anda pazar tarafından nadiren talep edilmektedir).

Kırsal alanların sanat şehirleri veya sahil tatil köyleri gibi en önemli cazibe merkezlerine sahip olmadığı göz önüne alındığında, turizmin tutarlı bir şekilde gelişmesi için turist tekliflerinin deneyimsel değerinden yararlanmak gerekir ("görmenin" ötesine geçen "yapma"). . Bu nedenle, deneyim sunan operatörlerin rolü temel ve stratejiktir.



Mevcut durum nasıl geliştirilir:

1. turizm hizmetleri için bir iş gerçekliği yaratın
2. yeni cazibe merkezleri yaratın (macera parkları, aşçılık okulları, eğlence mekanları, vb...)
3. Sunulan hizmetin kapsamına göre belirli sürekli eğitim (kültür rehberi, yürüyüş rehberi, doğa bilimci rehber, spor hocası vb...)
4. sunulan hizmetin kalite güvencesi
5. Sunulan hizmetin güvenliğinin garantisi (deneyimlerdeki katılımcıların yaralanma riskini kapsayan sigorta poliçesi)
6. Belirli hedefler için (yiyecek ve şarap, dinlenme, spor ve doğa) büyük çekiciliğe sahip turistik deneyimler yaratmak
7. diğer operatörlerle ilişkiler ve işbirliği geliştirin (paketler, güzergahlar vb. oluşturmak için).
8. Müşterilere bir "macera gezisi" sunun (WOW öğelerinin tanıtılmasıyla)
9. Sunulan hizmetlerin kalitesi ile maliyetleri arasında bir denge sağlamak
10. yönetsel ve organizasyonel becerilerini geliştirmek
11. teknoloji ve yazılım kullanımını uygular
12. özel ihtiyaçları ve engelleri olan kişiler için deneyimler yaratın
13. ortak çalışanların ve çalışanların profesyonelleşmesi için baskı yapın
14. şirketin pazarlamasına yatırım yapın
15. İşletmenize dijital varlık, e-ticaret ve dijital pazarlama garantisi verin.



## ORTAKLAR



**Proje Numarası : 2020-1-ES01-KA202-082418**

*Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriklerin onaylandığı anlamına gelmez ve burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Komisyon sorumlu tutulamaz.*