

**T.C.  
ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**YEREL HALKIN VE ÇİFTÇİLERİN KIRSAL TURİZM  
ÜZERİNE ALGILARININ İNCELENMESİ:  
İZMİR - KARABURUN, MORDOĞAN ÖRNEĞİ**

**Meltem MERKEZ**

**Danışman  
Prof. Dr. Hasan YILMAZ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI  
ISPARTA - 2019**



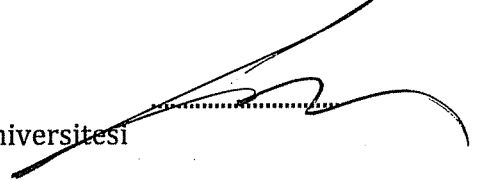
© 2019 [Meltem MERKEZ]

**TEZ ONAYI**

**Meltem Merkez** tarafından hazırlanan " **Yerel Halkın ve Çiftçilerin Kırsal Turizm Üzerine Algılarının İncelenmesi: İzmir - Karaburun, Mordoğan Örneği** " adlı tez çalışması aşağıdaki jüri üyeleri önünde Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü **Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı**'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak başarı ile savunulmuştur.

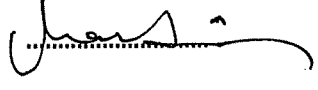
**Danışman**

**Prof. Dr. Hasan YILMAZ**  
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi



**Jüri Üyesi**

**Doç. Dr. Fatma Handan GİRAY**  
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi



**Jüri Üyesi**

**Doç Dr. Şirvan Şen DEMİR**  
Süleyman Demirel Üniversitesi



**Enstitü Müdürü**

**Prof. Dr. Yusuf UÇAR**

.....

## **TAAHHÜTNAME**

Bu tezin akademik ve etik kurallara uygun olarak yazıldığını ve kullanılan tüm literatür bilgilerinin referans gösterilerek tezde yer aldığını beyan ederim.

**Meltem MERKEZ**



## İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇİNDEKİLER .....	i
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	viii
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ .....	xi
1. GİRİŞ .....	1
2. KAYNAK ÖZETLERİ .....	6
3. MATERYAL VE YÖNTEM .....	22
3.1. Materyal.....	22
3.2. Yöntem .....	22
3.2.1. Verilerin toplanmasında uygulanan yöntem .....	22
3.2.2. Verilerin analizinde uygulanan yöntem .....	24
4. ARAŞTIRMA BÖLGESİNİN TANITILMASI .....	28
4.1. İzmir İli Karaburun İlçesinin Coğrafi Konumu ve Yapısı .....	28
4.2. İklim .....	29
4.3. Yeryüzü Şekilleri.....	30
4.4. Bitki Örtüsü .....	31
4.5. Ekonomik Faaliyetler .....	31
4.5.1. Turizm.....	31
4.5.2. Tarım.....	33
4.5.3. Sanayii .....	37
4.5.4. El sanatları .....	37
4.6. Kültürel Etkinlikler.....	37
4.7. Araştırma Bölgesinde Faaliyet Gösteren Örgütler .....	38
5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA .....	40
5.1. Çiftçilerden Elde Edilen Araştırma Verilerinin Analizi.....	40
5.1.1. Çiftçilerin sosyo- demografik özellikleri.....	40
5.1.2. Çiftçilerin işletmelerine ait özellikler .....	43
5.2. Yerel Halktan Elde Edilen Araştırma Verilerinin Analizi .....	51
5.3. Yörenin Kırsal Turizm Potansiyeline İlişkin Yerel Halkın ve Çiftçilerin Görüşlerine Dair Bulgular .....	54
5.4. Yerel Halkın ve Çiftçilerin Kırsal Turizm Algılarına İlişkin Faktör Analizi..	64
5.5. Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Yerel Halk ve Çiftçilerin Kırsal Turizm Algılarının Belirlenmesi .....	86
5.5.1. Yaş gruplarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi	86
5.5.2. Cinsiyete göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi.....	89
5.5.3. Eğitim durumlarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi.....	91
5.5.4. Gelir düzeylerine göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi.....	93
5.5.5. Medeni durumlarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi.....	95
5.5.6. Hane halkı sayılarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi.....	97
5.5.7. Çocuk sayılarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın	

belirlenmesi.....	99
5.5.8. Mordoğan beldesinde ikamet etme sürelerine göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi.....	101
5.5.9. İkamet edilen evin mülkiyet durumuna göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi.....	103
5.6. Kırsal Turizm Paydaşları İle Yapılan Görüşmelere Ait Bulgular .....	105
5.7. Kırsal Turizm Algılarının PESTEL Analizi İle Yorumlanması .....	115
6. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	129
KAYNAKLAR .....	134
ÖZGEÇMİŞ .....	141



## ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

### YEREL HALKIN VE ÇİFTÇİLERİN KIRSAL TURİZM ÜZERİNE ALGILARININ İNCELENMESİ: İZMİR - KARABURUN, MORDOĞAN ÖRNEĞİ

Meltem MERKEZ

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Hasan YILMAZ

Bu çalışmada, yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm üzerine algılarının İzmir-Karaburun, Mordoğan örneğinde incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın ana materyalini, Mordoğan beldesinde yaşayan yerel halk ve çiftçilerle yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler ile araştırma bölgesinde faaliyet gösteren kırsal turizm paydaşları ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler oluşturmuştur. Çalışmada oransal örnekleme yöntemi ile hesaplanan 103 yerel halk ile Tarım ve Orman Bakanlığı bilgi sistemine kayıtlı araştırma bölgesindeki tüm çiftçiler ile (65 çiftçi) anket çalışması yapılmıştır. Ayrıca yörenin kırsal turizm potansiyelinin geliştirilmesine yönelik değerlendirmelerde bulunmak amacıyla 10 kırsal turizm paydaşı ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır.

Araştırmada yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarının belirlenmesi için faktör analizi uygulanmış; yörenin kırsal turizm potansiyelinin politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, yasal ve çevresel boyutları ile değerlendirilmesi amacıyla da PESTEL analizi yapılmıştır.

Kırsal turizm algılarının incelenmesi amacıyla anket yapılan yerel halk ve çiftçilere 61 önerme sunulmuş ve her bir önermeye katılma dereceleri likert ölçeği kullanılarak saptanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda 42 önerme analiz dışı bırakılarak 19 önerme ile ölçülebilen altı boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar, ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel, etkileşim, farkındalık ve yöresel gelişim boyutu olarak adlandırılmıştır. Bu boyutlar yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarını belirleyen temel faktörler olarak saptanmıştır. Bu 19 önermenin Cronbach alpha değeri 0,840 olarak hesaplanmış, bu 19 önermenin toplam varyansın % 73,29'unu açıkladığı saptanmıştır. Kırsal turizmin ekonomik boyutunun en önemli açıklayıcı faktör olduğu belirlenmiştir.

Yerel halk ve çiftçiler arasında kırsal turizm algıları bakımından bir fark olup olmadığını ortaya koymak için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Sosyo-ekonomik değişkenlerden cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, gelir seviyesi, hane halkı sayısı, çocuk sayısı, araştırma bölgesinde ikâmet etme süresi ve ikamet edilen evin mülkiyet durumu değişkenleri ile yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Araştırma bölgesinde kırsal turizm paydaşları ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilerden hareketle paydaş analizi yapılmıştır. Paydaş analizi ile bölgenin önemli bir kırsal turizm potansiyeli taşıdığı ancak hak ettiği ilgiyi görmediği, bu nedenle yörenin kırsal turizm potansiyelinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması gerektiği ortaya konmuştur.

Çalışmada yapılan PESTEL analizi ile araştırma bölgesinin kırsal turizm açısından şu anda içinde bulunduğu politik, sosyo-kültürel, ekonomik, yasal, teknolojik ve çevresel faktörlerin gelecekte nasıl etkileyeceği analiz edilmiştir. PESTEL analizi sonucuna göre kırsal turizmin; politik açıdan yöredeki kamu hizmetlerini artıracığı, ekonomik açıdan turistlerin yöredeki alışverişlerinin şehir esnafını olumlu etkileyeceği, sosyo-kültürel açıdan yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm konusunda eğitimlerinin ve bilinç düzeylerinin artacağı, teknolojik açıdan Mordoğan'a yönelik kırsal turizm tanıtımlarının internet üzerinden yapılmasının daha fazla turiste ulaşma imkânını sağlayacağı, çevresel açıdan kırsal alanda trafik sorununu ortaya çıkaracağı ve yasal açıdan ise yörede tarihi ve yöresel dokunun bozulmaması için denetim ve yaptırımların artması gerektiği ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kırsal Turizm, Kırsal Kalkınma, Yerel Halk, Çiftçiler, Algılama, Mordoğan, Karaburun, Faktör Analizi, PESTEL Analizi

**2019, 141 sayfa**



## **ABSTRACT**

**M.Sc. Thesis**

### **EXPLORING THE PERCEPTION ON RURAL TOURISM OF LOCAL PEOPLE AND FARMERS: THE CASE OF İZMİR-KARABURUN, MORDOĞAN**

**Meltem MERKEZ**

**Isparta University of Applied Sciences  
The Institute of Graduate Education  
Department of Agricultural Economics**

**Supervisor: Prof. Dr. Hasan YILMAZ**

The aim of this study is to examine the perceptions of local people and farmers on the rural tourism in İzmir-Karaburun, Mordoğan case. The main materials of the study were the data obtained from the survey which conducted with the local people and farmers who are living in Mordoğan district and the data obtained from the semi-structured interviews with the rural tourism stakeholders in the research was conducted. In the study, a survey was conducted with 103 local people calculated by proportional sampling management and all farmers (65 farmers) in the research area registered to the Ministry of Agriculture and Forestry information system. In addition, semi-structured interviews were conducted with 10 rural tourism stakeholders to evaluate the development of the rural tourism potential of the region.

In order to determine the perception of rural tourism of local people and farmers, the factor analysis was applied to the data. In addition, PESTEL analysis was conducted to evaluate the rural tourism potential of the region in terms of political, economic, socio-cultural, technological, legal and environmental dimensions.

In order to investigate the perceptions of rural tourism, 61 proposals were presented to local people and farmers who were participated in the survey and their participation in each proposal was determined by using the Likert scale. As a result of the factor analysis, 42 propositions were excluded from the analysis and six dimensions revealed which can be measured with 19 propositions. These dimensions are named as economic, socio-cultural, environmental, interaction, awareness, and regional development dimensions. These dimensions were identified as the main factors for determining the rural tourism perceptions of local people and farmers. The value of Cronbach alpha for these 19 propositions was calculated to be as 0.840, and it was determined these 19 propositions explain 73.29% of the total variance. The economic dimension of rural tourism has been determined to be as the most important explanatory factor.

The Mann Whitney U test has been conducted to determine whether there is a difference between local people and farmers in terms of rural tourism perceptions. The differences between the rural tourism perceptions of local people and farmers depending on the socio-economic variables such as gender, marital status, age,

educational level, income level, number of households, number of children, duration of residence in the research area, and the status of the housing of the home and rural tourism perceptions of local people and farmers were found to be statistically significant.

Depending on the result of the interviews with rural tourism stakeholders in the research area, stakeholder analysis was carried out. Stakeholder analysis revealed that the region has an important rural tourism potential, but does not get the attention that it deserves. For this reason, the further studies should be carried out to increase improvement of the rural tourism potential of the region.

In this study, the effects of the present political, socio-cultural, economic, legal, technological and environmental factors the future of the rural tourism were analyzed by using PESTEL analysis. According to the results of the PESTEL analysis conducted in the study, it can be assumed that rural tourism; it can be assumed that as the public services in the region will be increased from the political point of view, it can be assumed that shopping of tourists in the region will affect the city trades positively the in economic dimension; it can be assumed the education level and conicious of socio-cultural aspects of local people and farmers in the rural tourism will be increased, it can be assumed in terms of technology, it can be assumed it will provide access to more tourists through the Internet of rural tourism promotions for Mordoğan, it can be assumed it will reveal the problem of traffic in the rural area in terms of environment and legally, it can be assumed it has been revealed that the control and sanctions will increase in order not to spoil the historical and local texture in the region.

**Keywords:** Rural Tourism, Rural Development, Local People, Farmers, Perception, Mordogan, Karaburun, Factor Analysis, PESTEL Analysis

**2019, 141 pages**

## TEŞEKKÜR

Tez çalışmamın her aşamasında desteğini ve yardımlarını esirgemeyen, sürekli teşvik eden, bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım danışman hocam Prof. Dr. Hasan YILMAZ'a değerli görüş ve tavsiyeleriyle bana yol gösterdiği için teşekkür ederim.

Çalışmanın yürütülmesinde araştırma alanı hakkında bilgi ve tecrübelerini paylaşan Karaburun İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü'nde Müdür Vekili olan Semih Türker GÖZÜBÜYÜK'e, Mordoğan beldesindeki kırsal turizm ile ilgili paydaşlarla iletişime geçmemi sağlayan Karaburun Kent Konseyi Genel Sekreteri Çiğdem AKTURA'ya ve Doç.Dr. Semahat ÖZDEMİR'e, anket sonuçlarının istatistiksel olarak değerlendirilmesine katkıda bulunan saygıdeğer hocam Arş. Gör. Çağla ÖRMECİ KART'a ve değerli hocam Doç.Dr Özgür KOŞKAN'a teşekkür eder, saygılarımı sunarım. Çalışma kapsamında görüşmeyi kabul edip bilgilerini paylaşan Kenan ÜSTÜNDAĞ, Zehra ÖMERLER, Füsun BAYKAL, Zeynep DURMUŞ ARSLAN, Banu MUTLU, Sonia ERDEM ve Müesser AKTAŞ'a teşekkür ederim.

5078-YL1-17 No'lu Proje ile tezimi maddi olarak destekleyen Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Yönetim Birimi Başkanlığı'na teşekkür ederim.

Hayatları boyunca maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen, her zaman yanımda olan babam Alaaddin MERKEZ ve annem Semra MERKEZ ile en zor zamanımda ve çalışmamın her aşamasında bana destek olan canım arkadaşım İrem GÜRBÜZASLAN'a, kuzenlerim Gülşah ÇALIŞKAN ve Gizem ÇALIŞKAN' a sonsuz teşekkürü bir borç bilirim.

Hayatım boyunca desteklerini hissettiğim halam Türkan ÇALIŞKAN' a ve dedem Yaşar MERKEZ' e sonsuz teşekkür ederim.

Meltem MERKEZ  
ISPARTA, 2019

## ŞEKİLLER DİZİNİ

	<b>Sayfa</b>
Şekil 4.1. Karaburun ilçesi İzmir ili içindeki coğrafi konumu.....	28
Şekil 4 2. Karaburun belediye sınırı içinde yer alan mahalleler .....	29
Şekil 5.1. Çiftçilerin üretim faaliyetlerine göre dağılım.....	44
Şekil 5.2. Çiftçilerin arazi kullanım durumu.....	44
Şekil 5.3. Çiftçilerin arazi sulama durumu.....	45
Şekil 5.4. Çiftçilerin arazilerinin mülkiyet durumu .....	45
Şekil 5.5. İşlenen ve elde edilen tarımsal ürünlerin dağılımı .....	48
Şekil 5.6. Çiftçilerin üye oldukları örgütlere göre dağılımı .....	49
Şekil 5.7. Bitkisel ve hayvansal ürünler .....	58
Şekil 5.8. Müyesser Aktaş müzesinden görüntüler .....	106
Şekil 5.9. Ayşe Kadın Camisinden görüntüler.....	107
Şekil 5.10. Yöreye özgü yemekler .....	109
Şekil 5.11.Yöreye özgü el sanatları .....	109

## ÇİZELGELER DİZİNİ

	<b>Sayfa</b>
Çizelge 1.1. Türkiye'nin 2007-2018 yılları arasında turizm gelirleri ve ziyaretçi .....	3
Çizelge 4.1. Karaburun ilçesinde arazi kullanımı.....	33
Çizelge 4.2. Karaburun ilçesinin yıllara göre tarıma elverişli alanların kullanım .....	34
Çizelge 5.1. Çiftçilerin sosyo-demografik özellikleri .....	42
Çizelge 5.2. Çiftçilerin yabancı dil bilme durumu .....	43
Çizelge 5.3. Çiftçilerin internet kullanma durumu ve kullanım amaçları .....	43
Çizelge 5.4. Çiftçilerin yetiştirdikleri bitkisel ürünler ile ilgili bilgiler.....	46
Çizelge 5.5. Çiftçilerin hayvansal üretim yapma durumları.....	47
Çizelge 5.6. Çiftçilerin hayvan varlıkları .....	47
Çizelge 5.7. Çiftçilerin işletmelerindeki konutlarla ilgili bilgileri .....	50
Çizelge 5.8. Çiftçilerin tarımsal üretimde karşılaştıkları sorunlar.....	50
Çizelge 5.9. Yerel halkın sosyo-demografik özellikleri .....	52
Çizelge 5.10. Yerel halkın yabancı dil bilme durumu .....	53
Çizelge 5.11. Yerel halkın internet kullanma durumu ve kullanım amaçları .....	53
Çizelge 5.12. Çiftçilerin turizmden gelir elde etme ve durumları .....	54
Çizelge 5.13. Çiftçilerin ziyaretçi kabul etme durumları .....	55
Çizelge 5.14. Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizmi tanımlamaları .....	55
Çizelge 5.15. Mordoğan beldesinin kırsal turizm yönünden avantaj algısı.....	56
Çizelge 5.16. Yerel halk ve çiftçilere göre Mordoğan beldesinin kırsal turizm.....	57
Çizelge 5.17. Yerel halk ve çiftçilere göre kırsal turizm kapsamında değerlendirilebilecek turizm ürünleri algısı.....	58
Çizelge 5.18. Yerel halk ve çiftçilere göre Mordoğan beldesinde kırsal turizmin .....	60
Çizelge 5.19. Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm çalışmalarına verebilecekleri destekler.....	61
Çizelge 5.20. Yerel halk ve çiftçilerin Kırsal turizm işletmesi açma durumları .....	62
Çizelge 5.21. Yerel halkın ve çiftçilerin sunmak istedikleri kırsal turizm hizmetleri .....	63
Çizelge 5.22. Kaiser-Meyer-Olkin değerlerinin yorumlanması .....	65
Çizelge 5.23. Kırsal turizm algılarına yönelik ölçeğin faktör analizine uygunluğuna ilişkin veriler.....	66
Çizelge 5.24. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılama ölçeğinde yer alan değişkenler ve kodları .....	67
Çizelge 5.25. Tanımlayıcı İstatistik.....	70
Çizelge 5.26. Çıkarılan ifadelerle ilişkin açıklamalar .....	71
Çizelge 5.27. Yerel Halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarına ilişkin faktör analizi ..	73
Çizelge 5.28. Faktör analizi toplam açıklanan varyans tablosu.....	75
Çizelge 5.29. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı ölçeğinde yer alan boyutlara ilişkin algıları.....	76
Çizelge 5.30. Normal dağılım test sonuçları .....	82
Çizelge 5.31. Mordoğan Beldesinde yaşayan yerel halk ve çiftçilerin Faktör Analizinden elde edilen boyutlara göre kırsal turizm algıları .....	84
Çizelge 5.32. Yaş gruplarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi algıları .....	88
Çizelge 5.33. Cinsiyetlerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi algıları.....	90
Çizelge 5.34. Eğitim durumlarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları....	92

Çizelge 5.35. Yıllık gelirlerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları.....	94
Çizelge 5.36. Medeni durumlarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları ..	96
Çizelge 5.37. Hane halkı sayılarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları .	98
Çizelge 5.38. Çocuk sayılarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları .....	100
Çizelge 5.39. Mordoğan beldesinde ikamet etme sürelerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları.....	102
Çizelge 5.40. Mordoğan beldesinde ikamet etme sürelerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları.....	104
Çizelge 5.41. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarının PESTEL Analizi .....	118



## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
Anova	Varyans Analizi
BBHB	Büyük Baş Hayvan Birimi
CBS	Coğrafi Bilgi Sistemleri
Da	Dekar
DFD	Doğrudan Faaliyet Desteği
Kg	Kilogram
İBB	İzmir Büyükşehir Belediyesi
İTO	İzmir Ticaret Odası
İYTE	İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü
İZKA	İzmir Kalkınma Ajansı
km <sup>2</sup>	Kilometrekare
Mak.	Maksimum
Min.	Minimum
mm	Milimetre
N	Gözlem Sayısı (Adedi)
Ort.	Ortalama
P	Assymp. Sig. (Anlamlılık)
PESTEL	Politik, Ekonomik, Sosyo-kültürel, Teknolojik, Çevre, Yasal
Sd	Serbestlik Derecesi
S.D.	Standart Sapma
SPSS	Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı
SWOT (GZFT)	Güçlü yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar ve Tehditler
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
°C	Santigrat Derece

## 1. GİRİŞ

Dünyada meydana gelen teknolojik ilerlemeler ve ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin yükselmesi ile turizm gelişmekte, insanların turizmden beklentileri de her geçen gün değişmektedir. Bu değişim ve gelişimle birlikte özellikle son yıllarda turistlerin eğilimleri, 'deniz, kum, güneş' olarak bilinen turizmden ziyade bozulmamış doğal ortamlar, geleneksel yaşam biçimleri, kültürel değerler, tarihsel varlıklar ve bunların tümünün kaynaşmasından ortaya çıkan alternatif turizm türlerine doğru bir yönelim içerisinde. Turistlerin özel ilgileri doğrultusunda şekillenen bu alternatif turizm türlerinden biri de kırsal turizmdir (Çeken vd., 2007).

Literatür taraması yapıldığında kırsal turizm kavramının yerine farklı kavramların da kullanıldığı görülmektedir. Kırsal turizm yerine; Agriturizm / agroturizm (tarım turizmi), çiftlik turizmi (farm tourism), alternatif turizm, eko turizm, köy turizmi (farm tourism), yayla turizmi (highland tourism), dağ turizmi (mountain tourism) gibi kavramlar da kullanılmaktadır. Bunun nedenleri olarak uzmanlar arasında kırsal turizmin kavramsal çerçevesi konusunda ortak bir görüşe sahip olunmaması ve kırsal turizmin kırsal alanlarda gerçekleşmesi gösterilmektedir. Kırsal turizm yerine kullanılan kavramların her biri kırsal alanda uygulanan, uygulanabilecek turizm çeşitleridir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006). Literatür taramasında kırsal turizm kavramının birden fazla tanımıyla karşılaşılmaktadır.

Kırsal turizm yerli ve yabancı turistler tarafından kırsal alanlarda yer alan doğal varlıkların, kültürel özelliklerin farklı coğrafyalarda yaşayan insanlar tarafından tanınması, deneyimlenmesi, kırsal alanlarda yaşayanlarla birlikte zaman geçirilmesi ve yerel kalkınmaya katkı sağlanmasını amaçlayan turizm çeşididir (Çeken, 2007). Kırsal turizm Avrupa Birliği tarafından yapılan çalışmalarda tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmeyi amaçlayan turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek içecek ve diğer hizmetleri veren, küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen etkinlikler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Özkan, 2007). Kırsal turizm başka bir deyişle turizm faaliyetinin sadece yaz aylarında deniz, kum, güneş olarak bilinen turizmden farklı olarak farklı mevsimlere ve coğrafi bölgelere yayılması kırsal kesimin kalkınması ve sektörün



sosyo-ekonomik katkısının yılın 12 ayında da sürmesine yardımcı olabilecek bir turizm çeşidi olarak ifade edilmektedir (Bayezit, 2003).

Kırsal turizm kırsal alanlarda gerçekleşen ve içinde birçok turizm alternatifini barındıran zengin bir turizm çeşidi olmasıyla kırsal alandaki tüm turizm faaliyetlerini kapsamaktadır (Yazgan vd., 2012). Kırsal turizmde uygulanan başlıca etkinlikler şu şekilde sıralanabilir (Soykan, 1999):

- Çiftlik veya köylerde, tarıma ve hayvancılığa dayalı etkinlikler (sebze, meyve, çiçek vb. ürünlerin toplaması, hayvan besleme, hayvansal ürünleri elde etme ve değerlendirme (peynir-yoğurt, yumurta, yün gibi), kuş gözlemciliği, avcılık, vb.) ,
- Yöresel el sanatlarıyla ilgili uygulamalar (dokumacılık, dikiş-nakış-örgü işleri, seramik, bakır, demir, ağaç, cam işleri, vb.),
- Müze, ören yeri, doğal anıt, milli park, hayvanat bahçesi, vb. gibi yerleri ziyaret etme,
- Sportif etkinlikler (binicilik, avcılık, balıkçılık, atıcılık, doğa yürüyüşü, bisiklet, kürek, kano-rafting, çim kayağı, kar yürüyüşü, vb.),
- Hobi etkinlikleri (fotoğraf çekme, resim yapma, vb.),
- Animasyon gösterileri (köy düğünü, halk dansları, vb.) ve fuar, şenlik, özel kutlama günleri, panayır, festival, eğlence, konser, vb. etkinlikler,
- Çeşitli kurslar (yemek, spor, müzik, halk dansları, yerel üretim teknikleri, geleneksel el sanatları, vb.),
- Bilimsel inceleme, gözlem ve araştırmalar,
- Yarışmalar (sportif, kültürel).

Kırsal turizmde turistlere sunulan bu etkinliklerden başka eğitimsel hizmetler kapsamında kırsal halkı bilinçlendirmek, eğitmek üzere kurslar (yabancı dil kursları, üretimde kaliteyi geliştirme kursları, davranış iletişim kurma kursları gibi) açılmaktadır (Soykan,1999).

Son yıllarda, geleneksel tarımın ekonomik getiri açısından önemini yitirmeye başladığı birçok gelişmiş ülkede (Almanya, İngiltere, Avusturya, İtalya, İspanya,

Norveç, Yeni Zelanda, Japonya, İsrail.) kırsal turizm, kırsal toplumlara yeniden hayat veren önemli bir turizm türü olmuştur. Kırsal turizm, ülkeler için keşfedilmemiş doğal ve kültürel zenginlik alanlarına turist çekmek konusunda önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Türkiye’de ilk defa 1990’lı yılların başında Karadeniz bölgesinde ‘‘yayla turizmi’’ şeklinde gündeme gelen kırsal turizm, günümüzde kırsal kalkınmanın sağlanabilmesinde önemli bir turizm türü olarak yaygınlık kazanmıştır (Kızıloğlu vd., 2015).

UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) 2017 yılı verilerine göre Türkiye, dünya’da en çok ziyaret edilen ülkeler arasında sekizinci. sırada (38 milyon kişi), en çok turizm geliri elde eden ülkeler arasında ise on dördüncü. sırada (22 milyar \$) yer almaktadır (TÜİK, 2019). Türkiye’yi 2007-2018 yılları arasında ziyaret eden kişi sayıları ve turizm gelirleri incelendiğinde; 2007 yılında ziyaretçi sayısı 27 milyon olup, 2015 yılına kadar 1,5 kat artarak 42 milyona ulaşmıştır. Rusya uçağının 2015 yılında Türkiye’ye düşmesi ve ülkede yaşanan terör olayları dolayısıyla 2016 yılının ziyaretçi sayısı ve turizm geliri 2015 yılına göre % 70 oranında bir azalma yaşamıştır. Turizm geliri ve ziyaretçi sayısı 2018 yılında 2016 yılına göre artış yaşamış ve 2016 yılında Türkiye’nin ziyaretçi sayısı 31 milyon, 2017 yılında ziyaretçi sayısı 38 milyon ve 2018 yılında toplam ziyaretçi sayısı ise 46 milyona ulaşmıştır (TÜİK, 2019) (Çizelge 1.1).

Çizelge 1.1. Türkiye’nin 2007-2018 yılları arasında turizm gelirleri ve ziyaretçi sayıları

Yıllar	Turizm Geliri (Milyar \$)	Basit İndeks (2007=100)	Ziyaretçi Sayısı (Milyon)	Basit İndeks (2007=100)	Ortalama Harcama (\$)
2007	20,9	100	27,2	100	770
2008	25,4	121	31,0	114	820
2009	25,1	120	32,0	118	783
2010	24,9	119	33,0	121	755
2011	28,1	134	36,2	133	778
2012	29,0	139	36,5	134	795
2013	32,3	154	39,2	144	824
2014	34,3	164	41,4	152	828
2015	<b>31,5</b>	<b>150</b>	<b>41,6</b>	<b>153</b>	<b>756</b>
2016	<b>22,1</b>	<b>106</b>	<b>31,4</b>	<b>115</b>	<b>705</b>
2017	<b>26,2</b>	125	<b>37,9</b>	139	681
2018	<b>29,5</b>	<b>169</b>	<b>46,1</b>	<b>141</b>	647

Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısının 2015 yılında % 3'ü (1.201.921), 2016 yılında % 2'si (672.299), 2017 yılında % 2'si (763.810) ve 2018 yılında % 2'si (1.021.576) İzmir'e gelmiştir. 2016-2017 yıllarında İzmir'e gelen ziyaretçiler Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim aylarını tercih etmektedir (Anonim, 2019a). İzmir ili, deniz, kültür, inanç, sağlık, doğa, spor, fuar, kış, termal ve kırsal turizm gibi alternatif turizm çeşitliliğine sahiptir. İzmir ilinin ziyaretçi sayısının az olması turistlerin belli merkezlerde yoğunlaştığını, alternatif turizm türlerinin diğer illere göre daha az geliştiğini ve yeterli tanıtımlarının yapılmadığını düşündürmektedir.

Türkiye ve dünyada birçok ülkenin kıyı turizmi ve bilinen klasik turizm çeşitleri üzerinde yoğunlaşması nedeniyle doğal çevre büyük zarar görmüştür (Tosun vd., 2003). Bu bağlamda, bir yörenin turistik potansiyelinin belirlenirken yörenin turizmde uygunluk düzeyinin mutlaka araştırılması ve turistik arz potansiyelinin doğru bir şekilde tespit edilmesi gerekir. Kırsal turizm, hem kırsal yerleşimler hem de doğal kaynaklara dayalı bir turizm türü olduğundan doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilir turizm açısından önemli katkılarda bulunmakta ayrıca yerel bölgenin ekonomik olarak gelişmesine ve orda yaşayan insanlar açısından istihdam olanağı yaratmaktadır (Macdonald ve Jolliffe, 2003; Çolak, 2009).

Karaburun Belediyesi, belediye sınırlarında mevcut iki merkez mahalle ile 2016 yılında 6360 sayılı yasa ile bir belde (Mordoğan) ve 13 köy, mahalleye dönüştürülerek belediye sınırlarına dâhil edilmiş ve toplamda 16 mahalleden oluşmaktadır (Anonim, 2014). İzmir ili Karaburun ilçesine bağlı Mordoğan beldesi (mahallesi) kıyı bölgede olması, tarihi ve kültürel dokusu, doğal kaynak zenginliğine sahip olması, kırsal turizm potansiyelinin yüksek olması ve henüz keşfedilmemiş bir alan olması nedeniyle kamu ve sivil toplum kuruluşları tarafından turizm potansiyelinin değerlendirilmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalarda, araştırma alanının ekonomisinde ziraat, avcılık, ormancılık ve balıkçılık faaliyetlerinin payının azalmakta olduğu, bu nedenle bölgede yaşayan kırsal nüfusun iş ve gelir imkânlarının daralacağı saptanmıştır. Bölgenin kırsal turizm potansiyelinin geliştirilmesi ile yeni iş imkânları ve gelir çeşitliği yaratılmasının önemi vurgulanmıştır (Anonim, 2014). İç turizmin zayıf geliştiği, ikinci konutların yaygın olduğu, diğer ilçelere göre turizme geç katılmış ve kırsallığını korumuş Karaburun

ilçesinde; nüfusun daha yoğun olduğu, İzmir ilinde turizm açısından coğrafi konumuyla daha fazla bilinen, kent merkezine daha yakın olan ve gün geçtikçe kırsallığını kaybetmeye başlayan Mordoğan beldesi araştırma alanı olarak seçilmiştir. Araştırma alanının seçilmesinde Mordoğan beldesinin doğal kaynak zenginliğine sahip, kırsal turizm potansiyelinin yüksek ve henüz keşfedilmemiş bir alan olması ve yok olmaya başlayan tarımsal faaliyetlerin devamlılığının düşünülmesi önemli etkenler olmuştur. Ayrıca Mordoğan beldesinin tam anlamıyla turizme bağımlı olmayışı, tarımın turizmden çok ekonomik faaliyet olarak yapılması ve kırsal turizm için pilot bir belde olabileceği düşünülerek araştırma alanı olarak seçilmiştir.

Kırsal turizm konusunda yapılan geniş literatür taraması sonucunda Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinde kırsal turizm potansiyeli hakkında yapılmış çalışmaya rastlanılmaması Mordoğan'ın araştırma bölgesi olarak seçilmesinin bir başka sebebidir. Çalışmada araştırma bölgesinde bitkisel veya hayvansal üretimde bulunan hane halkları çiftçi olarak tanımlanırken, bitkisel ve hayvansal üretimde bulunmayan ama araştırma bölgesinde ikamet eden kişiler yerel halk olarak tanımlanmıştır. Bu çalışmada Mordoğan'da yaşayan yerel halkın, çiftçilerin ve paydaşların; kırsal turizme yönelik algılarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla kırsal turizmin Mordoğan'da uygulanması sürecinde politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, çevresel ve yasal etkileri ile yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm olgusu hakkında ne derece bilgi sahibi oldukları ve kırsal turizm algıları ortaya konulmuştur. Ayrıca kırsal turizm paydaşlarının yörenin kırsal turizm potansiyelin geliştirilmesine yönelik değerlendirmeleri tespit edilmiştir. Araştırma ile Mordoğan beldesinde kırsal turizmin uygulanması ve yaygınlaştırılmasını sağlayacak önerilerin saptanması, halkın yöreyle ilgili olumlu ve olumsuz görüşlerinin ortaya konulması, kırsal turizm faaliyetine ilişkin algılarının belirlenmesi, kültür ve turizm olanaklarının tanıtılması ve bu konuda araştırma yapan kamu kurum ve kuruluşlarına, yatırım yapmak isteyen girişimcilere rehberlik edici bir kaynak oluşturması hedeflenmiştir. Dolayısıyla çalışmadan elde edilecek sonuçların kırsal turizm konusunda karar alıcılara, politika uygulayıcılara, yöre halkı ve üreticilere, kırsal turizm konusunda yatırım yapacak girişimcilere ışık tutması beklenmektedir.

## 2. KAYNAK ÖZETLERİ

Soykan (1999), tarafından yapılan araştırmada kırsal turizmin kıyı ve deniz turizmine alternatif bir turizm türü olarak ifade etmiş ve kırsal turizmin doğal çevrede uygulanan ve kırsal kültürü içine alan bir turizm türü olduğunu belirtmiştir. Çalışmada turizmin doğal mekânı kullanımı-ilişkiler-etkileşimler konusundan yola çıkarak kırsal turizmi bu yaklaşımla ele almak amaçlanmıştır. Kırsal turizmin uygulanabilmesi için uygulama alanının doğal ve kültürel çekicilik açısından zengin olması gereğini belirterek kırsal turizm faaliyetlerinin kırsal kalkınmaya olan etkisine dikkat çekmiştir. Öte yandan kırsal turizm faaliyetlerinin kültürel ve doğal yapıda bozulma ve tarım alanlarının tahribi gibi durumlara da yol açabileceğini belirterek, planlama ve koordinasyonun önemini vurgulamıştır.

Sharpley (2002), tarafından yapılan araştırmada kırsal turizmin ekonomik ve sosyal kalkınma ve yenilenme için önemine değinerek, kırsal turizm faaliyetlerinin endüstri bölgelerinden uzak kalmış kırsal alanlarda gelir elde etme ve işsizliği önlemede etkili bir kaynak olduğunu ifade etmiştir. Araştırmada tarımsal alanlarda yapılan kırsal turizm faaliyetlerinin kalkınma politikalarındaki rolünün araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucunda, kırsal alanlara gereken yatırımın yapılmadığı ve uzun süreli yatırımların tarım alanlarına yönlendirilmesiyle kırsal kalkınmada kırsal turizmin etkili bir rol üstleneceği savunulmuştur.

Soykan (2003), tarafından yapılan çalışmada kırsal turizmin yeni turizm türleri arasında yer aldığını, Türkiye’de var olan kırsal alanların da, dünyada yer alan birçok uygulama gibi çeşitli kurum ve gruplardan oluşan uzmanlar ile kırsal alanların sürdürülebilir özelliğini kaybetmeden turizme kazandırılabilceğini belirtmiştir.

Kiper (2006), tarafından Safranbolu Yörökköyü’nün doğal peyzaj değerleri ile birlikte çeşitlendirilerek kırsal turizm faaliyetlerinin önemini vurgulamak amacıyla öncelikle araştırma alanının doğal ve kültürel özellikleri Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) ortamında işlenerek veri tabanı oluşumu sağlanmış ve hem yerel halka hem de ziyaretçilere yönelik anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, Yörökköyü’nün kırsal turizm açısından yalnızca kültürel değerleri ile öne çıkan bir

yerleşim alanı olmasının ötesinde; doğal, tarımsal ve kültürel değerleriyle birlikte sentezlenmesinin gerekliliği ve önemli bir potansiyeli olduğu belirlenmiştir.

Morgül (2006), tarafından yapılan araştırmada Kırklareli ilinde yaşayan halkın kırsal turizme bakış açılarını belirlemek amacıyla bir anket çalışması uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Kırklareli ve yöresinde kırsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için yöre halkının bilgilendirilerek, bu konuda eğitilmesi gerektiği belirtilmiştir. Elde edilen veriler “SPSS for Windows 14. 0” programı kullanılarak Kırklareli’nde yaşayanların farklı özelliklerine göre turizme bakış ve algılamaları arasındaki farklara ilişkin bulgular Kruskal-Wallis testi ile ankete katılanların cinsiyetlerine göre turizme bakış ve algılamaları arasındaki farklara ilişkin bulgular ise Mann-Whitney U testi ile yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda Morgül, Kırklareli yöresindeki kırsal turizm hareketlerinin iç turizme yönelik olduğunu tespit etmiş ve gerçekleştirdiği anket çalışması ile yöre halkının kırsal turizme olumlu baktığı saptamıştır. Kırklareli yöresinde kırsal turizmin gelişmesi için kırsal kesimlerde yaşayan halkın; yerel yönetimler, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları tarafından kırsal turizm konusunda eğitilmesi, çevre bilincinin yerleştirilmesi, eğitim programlarına halkın katılımının gerçekleştirilmesi, turizm işletmeleri ile işbirliği yapılarak her konuda bilgi ve destek sağlanmasının gerekli olduğunu belirtmiştir.

Skuras vd. (2006), kırsal turizm bölgelerinde turistlerin geleneksel yiyeceklere olan ilgisini araştırarak, geleneksel gıdaların kırsal turizm için önemli bir ekonomik girdi oluşturduğunu ve tarım yapılan kırsal alanlarda kırsal turizmin çeşitlendirilmesiyle birlikte turistlere gıda servisi sağlayarak işsizliğin önüne geçilebileceğini savunmuşlardır.

Çeken vd. (2007), tarafından kırsal kalkınmada kırsal turizmin yeri ve önemi ve Türkiye açısından teorik bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada Türkiye’nin kırsal turizmle kırsal kalkınmayı hızlı ve kararlı bir şekilde gerçekleştirebilmesi için yerine getirilmesi gereken koşullar belirtilmiştir. Çalışmada Türkiye’de kırsal turizmin yaygınlaştırılabilmesi için kültür ve turizm bakanlığı, tarım ve köy işleri bakanlığı, taşra teşkilatlarında görev yapan elemanlar, yerel yöneticiler, kırsal alanlarda kurulmuş olan kooperatifler, kırsal yöredeki halk ve özel teşebbüsünün aktif bir şekilde örgütlenerek çalışmalarının gerektiğini vurgulamıştır. Kırsal alanlarda

turizme yönelik aile pansiyon işletmeciliği yapanlar ve tarım arazisini dinlenme, tedavi amaçlı kullandıran işletmecilere devlet tarafından kırsal turizm ile ilgili kredi ve destek verilmesinin kırsal kalkınmayı gerçekleştirebilecek koşullardan biri olduğunu savunmuşlardır.

Özkan (2007), 'Türkiye'de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Kırsal Turizm' başlıklı yüksek lisans tezinde, kırsal alan ve kırsal kalkınma kavramlarını açıklayarak ülkemizde kırsal kalkınma politikalarının dayandığı yaklaşımları değerlendirmiştir. Çalışma kapsamında, kırsal turizmin kırsal kalkınmada yararlanılabilecek bir araç olarak kullanımına yönelik mekânsal ve yönetsel bir örgütlenme modelinin oluşturulması amaçlanmıştır.

Saxena vd. (2007), Entegre kırsal turizmi kavramsallaştırma adlı çalışmalarında kırsal alanların son zamanlarda sadece tarım faaliyetlerinin gerçekleştiği alanlar olarak anılmadığını, bunun yerine yeni bir sosyo-ekonomik faaliyet çeşidi olarak ortaya çıkan kırsal turizm ile ilişkilendirildiğini ifade ederek, bütünlük kırsal turizm kavramını tanıtmışlardır. Bütünlük kırsal turizmi teorik olarak sosyal, kültürel, doğal, ekonomik değerler ile ilişkili bir turizm çeşidi şeklinde tanımlayarak diğer turizm çeşitlerine göre ekolojik, ekonomik ve doğal kaynak değerleri arasında köprü oluşturması nedeniyle kırsal alanlarda daha sürdürülebilir bir seçenek olacağını savunmuşlardır.

Çıkın vd. (2009), tarafından yapılan çalışmada turizmin ekonomik boyutu sadece kendi girdileri üzerinde değil diğer sektörlerle de bağlı ve bu sektörlerden birisinin turizmin tamamlayıcısı olan tarım sektörü olduğunu vurgulamışlardır. Çalışmada turizm sektörünün; Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi, sektörler üzerindeki etkisi ve tarımsal turizm üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri teorik olarak açıklanmaya çalışılmıştır.

Çolak (2009), tarafından turizm ürününü çeşitlendirme kapsamında kırsal turizm ve kırsal turizm işletmeciliğini Şirince ilçesinde SWOT analizi ile bölgenin kırsal turizm potansiyelinin yüksek olduğu, ancak bu potansiyelin yeterince kullanılmadığı sonucuna vararak, bölgenin kırsal turizm açısından geliştirilmesine yönelik öneriler sunmuştur.

Kurt (2009), tarafından yapılan çalışmada Beypazarı İlçesinin kırsal turizm değerlerini ortaya koymak ve ilçenin turizm potansiyelini oluşturan bu değerlerin nasıl değerlendirilmesi konusunda önerilerde bulunmak amaçlanmıştır. Beypazarı ilçesinin kırsal alanlarının doğal, tarihi, kültürel güzelliklerini ilçeye dair dökümanlar inceleyerek yörede anketler yapılmış ve Beypazarı ilçe merkezinde yoğunlaştığını, son zamanlarda alternatif turizm arayışları ile birlikte bölgenin yaylalarında özellikle Eğriova yayla sisteminde bir kırsal turizm faaliyetinin yapılmasının uygun olduğunu saptanmıştır.

Özçatalbaş vd. (2010), tarafından yapılan çalışmalarında, kırsal alanın kırsal alanlarda kırsal turizmin gelişimi üzerindeki etkileri ve rolü, tarım, doğa, turizm ve kırsal ekonomi ile insanlar arasındaki ilişkiler ve kırsal turizm gelişimine yönelik turizmin 12 ay yapılabilir olmasının Türkiye'deki rolleri ve etkileri araştırılmıştır.

Yallagöz (2010), tarafından Çanakkale Bölgesi Ayvacık Yöresi Yeşilyurt ve Adatepe Köyleri' nde yaşayanların kırsal turizm görüşlerini belirlemek için anket yöntemi uygulanmış ve elde edilen sonuçları bilgisayar ortamında, SPSS programında analiz etmiştir. Araştırmaya katılan yöre halkının tanımlayıcı ve yörenin kırsal turizm potansiyeline ilişkin görüşlerinin belirlenmesinde frekans ve yüzde tanımlayıcı istatistiklerinden, yöre halkının yörenin kırsal turizm potansiyeline ilişkin görüşleri ile tanımlayıcı özellikleri arasında ilişkilerin belirlenmesi ile ölçeklerin alt boyutları arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde de T Testi, Anova testlerinden faydalanmıştır. Araştırmasının sonucunda; Çanakkale İli Ayvacık Yöresi'nin kırsal turizm açısından elverişli bir yer olduğu ve yöre halkının bu konuda olumlu düşüncelerinin olduğu, ancak bu potansiyelden yeterli düzeyde faydalanılamadığı sonucunu saptanmıştır.

Uçar (2012), tarafından yapılan Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi Ve Fethiye Örneği adlı yüksek lisans tezinde Fethiye bölgesinde yaşayan halkın ve yerel işletmelerin kırsal turizmle ilgili farkındalığını tespit etmek ve Fethiye'de planlı bir kırsal turizm yapılanma sürecinin gerekliliğinin belirtilmesi amaçlamıştır. Fethiye ilçesi kırsal halkı ve burada kırsal turizm faaliyetleri gerçekleştiren işletmeler araştırma verilerinin elde edildiği örneklem grubunu oluşturmuştur. Fethiye'deki kırsal turizm işletmelerinde yönetici konumundaki iki kişiyle ve yerel halktan on üç kişi ile mülakat gerçekleştirmiştir. Mülakat kapsamında sorulacak olan sorular yerel



halka ve kırsal turizmle ilgilenen işletmelere sorulacak sorular olmak üzere iki gruba farklı sorular oluşturmuştur. Fethiye’de rastgele seçilen yerel halkın 8’inden sağlıklı veri elde etmiş ve Yanıklar köyünde bulunan Yonca Lodge Otel ve Pastoral Vadi’ye gidilerek işletmecileri ile mülakat yapmıştır. Yerel halkla yapılan mülakatların sonuçları incelendiğinde aktif olarak turizmde çalışan ya da bölgedeki turizm faaliyetlerinin farkında olan yerel halkın, kırsal turizme sıcak baktığı, ancak kendine ait yaşam alanlarında gerçekleştirme konusunda çekimser kaldığını tespit etmiştir. Bu çekimserliğin temel nedeni olarak yerel halkın kırsal turizm faaliyetleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması olduğunu vurgulamıştır.

Malkanthi ve Routry (2011), Sri Lanka’da tarım turizmi uygulamaları üzerinde durmuşlardır. Çalışmalarında ülkelerinde tarım turizminin gelişimini etkileyen bazı sorunların bulunduğunu tespit etmişlerdir. Yazarlar bu sorunları; altyapı gelişimi, çiftçilerin eğitim ve öğretimi, tarım kredisi ve bu alanlarda uygun çevre koruma yöntemlerinin yanı sıra atık yönetimi konusunda da önlemler alınması olarak belirlemişlerdir. Bu sorunların çözülmesi ile sürdürülebilir bir kırsal gelişim stratejisi olan tarım turizminin faydalarının artacağını belirtmişlerdir.

Kunasekaran, vd. (2011), tarım turizmi üzerine çiftçilerin algılamaları ve ölçek geliştirme konusunu çalışmışlardır. Çalışmalarında çiftçilerin tarım turizmini algılamaları konusunda 9 temel faktör boyutu belirlemişlerdir. Bu boyutlar çevresel etki, ulaşılabilirlik, ekonomik fayda, girişimcilik, sosyo-kültürel fayda, kalabalık, farkındalık, kısıtlamalar ve toprak sorunu olarak belirlenmiştir.

Özdemir ve Kervankıran (2011), çalışmasında Afyonkarahisar ilinde yaşayan yerel halkın turizm konusundaki görüşlerini tespit etmeyi, turizmle birlikte çevreye, bölgenin ekonomisine ve kültürel yapısına olan etkileri belirlemeyi ve çıkan sonuçları analiz ederek yerel halkın turizme bakış açısını ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmada Afyonkarahisar İlinde yaşayan 1025 yerel halk ile anket çalışması yapmıştır. Yapılan anket çalışması sonucunda yerel halkın turizmin ildeki gelişim sürecine olumlu yaklaştığını, ilin doğal, tarihi ve kültürel potansiyelinin turizmin gelişimine müsait olduğunu ve turizm yatırımlarının artırılması gerektiği tespit etmiştir. Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu turizmin ilin ekonomik olarak canlanmasında ve sosyo-kültürel gelişiminde önemli rol oynadığını ve

turizmin şehirde bazı olumsuz çevresel etkileri de meydana getirebileceğini düşündüklerini belirtmiştir.

Ayaz vd. (2012), turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine bir araştırmada, araştırma evrenini, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda ve Cumhuriyet Üniversitesi Cumhuriyet Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği programında turizm eğitimi alan 256 öğrenci oluşturmuştur. Çalışmada elde edilen veriler faktör analizi, güvenilirlik analizi, standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri ve yüzde-frekans dağılımları kullanılmıştır. Öğrencilerin kırsal turizme bakış açılarının özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği t-testi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca öğrencilerin kırsal turizm sektöründe çalışmaya yönelik beklentileri, yüzde-frekans analizi, One Way Anova Testi (kırsal turizme yönelik bakış açılarının olumlu ve olumsuz boyutların karşılaştırılması) ve farklılıkların kaynaklarının belirlenmesinde Tukey testinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin kırsal turizmi farklı yaşam tarzlarını öğrenmek, heyecan ve eğlence olarak algıladıklarını ortaya koymuşlardır. Araştırmaya katılan öğrencilerin, kırsal turizmi, kültür ve çevreyi değerlendirme yönünde önemli bir araç olarak gördüklerini, bununla beraber kırsal turizmle birlikte doğal çevrenin kirleneceği ve bozulacağı yönünde kaygılar taşıdıklarını belirtmişlerdir.

Aydın (2012), AB'de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye'de kırsal turizm adlı çalışmasında ülkemizin son yıllarda kırsal turizm ile ilgili dünyadan, komşu ülkelerden ve Avrupa Birliği (AB) ülkelerinden gelen taleplerle karşı karşıya kaldığını ifade etmiştir. Özellikle AB üyesi ülkelere görülen talep doğrultusunda çalışmanın amacı, AB ülkelerindeki kırsal turizm anlayışının incelenmesi olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda beş adet ülke seçilerek (Fransa, İtalya, İspanya, Almanya ve İngiltere) kırsal turizm faaliyetleri incelenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde, Türkiye'nin kırsal turizm konusunda diğer ülkelere göre geride kaldığı belirlenerek bu farkın giderilmesi konusunda neler yapılabileceği tartışılmıştır. Çalışmada Türkiye'ni kırsal turizm konusunda özellikle internet ortamlarında geniş kitlelere ulaşmasının sağlanmasının faydalı olacağını vurgulamıştır.

Cengiz vd. (2012), tarafından yapılan çalışmada Erzurum'un tüm kırsal çekicilikleri ve kırsal turizme uygunluğu değerlendirilmiş ve geliştirilmesi adına öneriler sunulmuştur. Erzurum ilinin doğal ve kültürel değerleri, kırsal turizm aktivitelerine uygunluğu açısından güçlü olduğunu vurgularken, kırsalda yaşayan halkın geçim kaynaklarının genellikle tarım ve hayvancılığa dayanmakta olması ve turizm sektörüne dâhil olanların oranının çok az olmasının zayıf yönü olduğunu belirtmiştir. Erzurum ilinde turizm ürünü olarak değerlendirilebilecek pek çok ürün olmasına rağmen turizm ürüne dönüştürülenlerin sayısının az olması da zayıf yönleri arasında yer aldığını belirtmiştir.

Çeken vd. (2012), tarafından Fethiye Yöresinde yaşayan yerel halkın kırsal turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel etkileriyle ilgili farkındalığının tespit edilmesi ve yerel halkın kırsal turizm aktivitelerinde yer almaya ne derece istekli ve hazır olduğunun belirlenmesini amaçlamışlardır. Mülakat yöntemi kullanmışlardır. Yerel halkla yapılan mülakatlarda aktif olarak turizmde çalışan ya da yöredeki turizm faaliyetlerinin farkında olan yerel halkın, kırsal turizme sıcak baktığı, ancak kendine ait yaşam alanlarında gerçekleştirme konusunda çekimser kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çorbacı ve Dönbak (2012), tarafından Adıyaman/Kâhta-Karadut köyünde yaşayan yerel halkın kırsal turizme olan yaklaşımlarının değerlendirilmesi amacıyla kısıtlı bir kitleye anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda örnek alanların sürdürülebilir alternatif turizm türleri olan kırsal ve tarımsal turizm için uygun potansiyellerinin olduğu SWOT analizi yapılarak saptanmış, yerel halkın yaklaşımlarını ise olumlu düzeyde değerlendirmişlerdir.

Doğan (2012), Ankara ili Ayaş ilçesinin kırsal turizm potansiyelini değerlendirdiği çalışmada, kırsal turizmin kırsal kalkınma elemanı olarak düşünüldüğünde eksik noktalarının belirtilmesi, yöreye ekonomik ve sosyal anlamda neler sunabileceğinin irdelenmesi ve etkinliğin geliştirilerek sürdürülebilirliği için izlenmesi gereken stratejilerin neler olabileceği konusunda önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, Ayaş'ta yaşayan yerel halka anket uygulanmıştır. Anket yöntemiyle elde edilen veriler SWOT analizi yapılarak yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda, Ayaş'ın doğal kaynak potansiyelinin kırsal turizm faaliyetine elverişli olduğu görülmüş,

ilçeyi ziyaret eden kentte yaşayan bireyler tarafından, bu faaliyetin geliştirilmesinin talep edildiği anlaşılmış, Ayaş yerel halkının ise bu faaliyete olumlu baktığı ancak kırsal turizmin ilçede uygulanabilirliğinin güç olacağı fikrinde olduğu saptanmıştır.

Duran (2012), Türkiye’de dağlık alanların taşıdığı turizm potansiyeline dikkat çektiği çalışmada dağlık alanlarda yer alan turizm potansiyelini ortaya koyarak bu alanlarda yapılabilecek alternatif turizm imkânlarını belirlemeye çalışmıştır. Yazar, dağlık alanların sunduğu alternatif turizm potansiyeli çerçevesinde öncelikle jeolojik ve jeomorfolojik özellikler, doğal ortam şartlarındaki çeşitlilik ve korunmuş kültürel yapısıyla bu tür alanların kırsal turizm açısından son derece zengin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Kan vd. (2012), tarafından çalışmada coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanaklarını incelenerek; herhangi bir coğrafi alana özgü ayırt edici özelliklerin kırsal turizm için potansiyel oluşturacağı ve ekonominin canlanmasına katkıda bulunacağını ifade etmişlerdir. Yöresel ürünlerin harekete geçirilmesi, kırsal alanların yaşam kalitesinin artırılmasında ve kırsal kalkınma için strateji oluşturmada yarar sağlarken bu stratejinin kırsal turizm için önemli bir araç olabileceği üzerinde durulmuştur. Çalışmanın sonuç bölümünde, coğrafi işaretlerin kırsal turizm açısından nasıl değerlendirilmesi gerektiği, ulusal ve uluslararası örneklerle açıklanmış ve coğrafi işaretlere dayalı kırsal turizm modeli için öneriler getirilmiştir.

Kodaş ve Eröz (2012), tarafından kültürel turizmin kırsal turizmi tamamlayıcı fonksiyonunu açıkladıkları çalışmalarında, kültürel turizmin kırsal turizm ile iç içe geçmiş bir turizm türü olduğundan bahsederek doğal ve kültürel varlıklara yönelik talebin artması ile birlikte önem kazandığını ifade etmişlerdir. Kırsal turizm çalışmalarının sürdürülebilirliği için doğal ve kültürel kaynakları koruma bilinci aşıl原因an kültürel turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesinin, uluslararası turizm pazarında Türkiye’nin pay alması açısından oldukça önemli olduğu belirtilmiştir.

Yılmaz ve Gürol (2012), ‘Balıkesir İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi’ başlıklı çalışmalarında şehirleşmenin beraberinde getirdiği artan gürültü, çevre kirliliği, tekdüzelik ve stres gibi yaşanan pek çok olumsuzluğun kırsal turizm anlayışının benimsenmesini kolaylaştırdığını ifade etmişlerdir. Bu doğrultuda

kırsal turizm açısından gelişme potansiyeline sahip her bir yörenin ayrıntılı bir şekilde SWOT analizinin yapılarak yol haritası oluşturulması gerekliliğini savunmuşlardır. Çalışmanın sonuç bölümünde, Balıkesir ilinin kırsal turizm potansiyeli değerlendirilerek öneriler getirilmiştir.

Zurnacı (2012), tarafından peyzaj değeri yüksek, yerel kültür özelliklerinin korunduğu, özgün yöresel ürünlere sahip kırsal yerleşimlerin, bir yandan tarımsal faaliyetler sürdürülürken aynı zamanda turizm amaçlı değerlendirilmesinin, kırsal kesimde istihdam imkânlarını artıracaklarını savunduğu çalışmada, kırsal turizm konusunda örgütlenmenin gereğini belirtmiştir. Ülkemizin tarım potansiyeli göz önüne alındığında tarımsal turizm faaliyetlerinin hem işletmeler hem de tüketiciler açısından zengin fırsatlar sunduğuna dikkat çekerek, tarım ve hayvancılık yapılan köylerin doğal güzellikleri, tarihi özellikleri, kültürü ve kırsal yaşamı değerlendirildiğinde yerli ve yabancı turistler için çekici özellikler taşıdığını ifade etmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde kırsal turizm stratejisi oluşturmanın önemi ve gereği belirtilerek bu konuda yapılacak çalışmaların desteklenmesinin kalkınma faaliyetleri ile doğrudan ilişkili olduğunun altı çizilmiştir.

Bal ve Sipahioğlu (2013), tarafından yapılan çalışmada Batı Akdeniz Bölgesi'nde kırsal turizmin potansiyelini belirlemek ve algı düzeyini belirlemek amaçlanmıştır. Çalışma, Isparta ve Antalya illerinde 57 hane ile yapılan yüz yüze anket sonuçlarına dayanmaktadır. Sonucunda, her iki il arasında turizm cazibesi açısından bazı farklılıklar olduğunu gösterdiği belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre kırsal turizmi geliştirmek için kırsal turizm faaliyetlerinin yerel ve devlet düzeyinde desteklenmesi gerektiği ve kırsal alanlar için tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Emiroğlu (2013), tarafından Kazdağı Yöresinde yörenin sahip olduğu doğal ve kültürel çekicilikleri sebebiyle kırsal turizmin uygulanabilmesinin elverişli olduğu, kırsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği Adatepe köyünde ve kırsal turizm faaliyetlerinin henüz başlamadığı Mehmetalan köyünde yaşayan halkın kırsal turizme bakışını tespit edebilmek ve karşılaştırma yapabilmek için bir alan araştırması gerçekleştirmiştir. Araştırma kapsamında toplam 320 kişi ile görüşülerek anket çalışması uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda Adatepe köyü halkın turizmin

olumlu etkilerinden faydalanamadığı ve turizmin olumsuz etkilerini daha çok hissettiği için turizme karşı olumsuz tutum sergilediğini ve turizmle hiç tanışmayan Mehmetalan köyü sakinlerinin ise turizm konusunda daha olumlu düşünceye sahip ve yüksek beklenti içerisinde olduklarını tespit etmiştir.

Sert (2013), tarafından yapılan araştırmada kırsal bölgelerde yapılan festivallerin sosyal etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle kırsal turizm bölgeleri, festivaller ve festivallerin etkileri kuramsal olarak ele alınmış ve Araştırmada Beypazarı ilçe sakinleri ile 320 anket yapmış, değerlendirmeleri ise 296 anket üzerinden yapmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin öncelikle frekans dağılımları çıkarılmış ve sonrasında araştırma amaçları doğrultusunda faktör analizi ve uyum analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda; festivalin algılanan sosyal etkileri ile yerel halkın festivalden memnun olması arasındaki ilişki ve başarı faktörleri incelenmiş olup, araştırma sonucunda yerel halkın festivallerin sosyal etkilerini olumlu algılaması ve festivali desteklemesi için; aynı zamanda festivalleri başarılı kılmak için önerilerde bulunmuştur.

Sezer vd. (2013), tarafından yapılan araştırma Edirne ili Keşan ilçesine bağlı Çamlıca beldesinde yaşayan 219 kişi ile anket çalışması yapılmış ve Çamlıca beldesinin kırsal turizm olanakları ve kırsal turizme bakış açıları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda; Çamlıca beldesinde yaşayan halkın kırsal turizm ile ilgili farklı bakış açılarının olduğu belirlenmiştir. Belirlenen algıların; kırsal turizmin Çamlıca'ya olumlu etkilerinin olacağı algısı, turizmin yörede yaşayanların sosyal yaşantısına olumsuz etki edeceği algısı, kırsal turizmin doğal çevreye zarar verebileceği algısı ve turizmin genç nüfusu yörede kalmaya teşvik edeceği ile ilgili algı olarak belirtilmiştir.

Akyol vd. (2014), Artvin ili Arhavi ilçesinde kırsal turizmin gelişme nedenleri ile kırsal turizmin kırsal kalkınmaya etkilerini araştırdıkları ve Arhavi'nin turizm çekicilikleri, Arhavi köylerinin potansiyel kırsal turizm değerleri ile mevcut kültürel değerleri hakkında detaylı bilgi vermişlerdir. Arhavi ilçesine bağlı toplam 30 köyde yörenin ileri gelenleri (muhtar, öğretmen, köy imamı vb.) ile görüşmeler yapılarak elde edilen bilgiler doğrultusunda yörenin turizm ürün değeri taşıyan tarihi ve doğal yapıların konumları tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda, Arhavi ilçesinin

keşfedilmemiş kırsal turizm değerlerinin açığa çıkarılarak turizm hareketlerin bu yörelere çekilmesi gerektiğini saptamışlardır.

Civelek vd. (2014), Muğla yöresinde alternatif turizm türlerinden biri olan agro-turizmin kırsal kalkınma ile ilişkisi ortaya konulmuştur. Araştırma kapsamında öncelikle agro-turizm kavramsal açıdan incelenmiş ve birincil verilerin elde edilmesi amacıyla Muğla yöresinde TaTuTa kapsamında faaliyet gösteren çiftliklerin bulunduğu ilçelerde yerel halktan katılımcılarla mülakat yapılarak kırsal kalkınma ve agro-turizm ilişkisi irdelenmiştir. Elde edilen verilere göre agro-turizm yerel halka iş fırsatları yarattığı, onların gelir seviyesini arttırdığı ve onların sosyo-kültürel hayatlarına katkı sağladığı görülmüştür. Ayrıca agro-turizm kadın iş gücünün ekonomik hayata katılmasına ve kadının toplumdaki rolünün güçlenmesine önemli katkılar sağlamaktadır.

Kuşat (2014), tarafından yapılan çalışmada sürdürülebilir kırsal kalkınmanın önemli bir aracı olarak kabul edilen kırsal turizmin kırsal kalkınmada kullanılabilirliği; AB'ye uyum süreci ve kalkınma planları çerçevesinde değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, Türkiye'nin kırsal turizm açısından iyi bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Fakat bu potansiyelin daha iyi kullanılması adına yerel yönetimlerin; yerel ekonomik birimlerle, üniversitelerle, sivil toplum kuruluşlarıyla daha etkin bir işbirliği içerisinde bulunmalarına ihtiyaç olduğunu saptanmıştır.

Ongun vd. (2014), tarafından yapılan Bölgesel Kalkınmada Kırsal Turizmin Etkisi: Ağlasun Yeşilbaşköy Örneği adlı çalışmada bölgelerarası dengesizlikleri giderici etki olarak kırsal turizmin önemine vurgu yapmayı, araştırma alanında kırsal turizm potansiyelini incelemeyi ve araştırma alanında yaşayan halkın ve yerel işletmelerin kırsal turizmle ilgili farkındalıklarını tespit etmeyi amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme (mülakat) tekniği kullanılmış ve Yeşilbaşköy halkı ve burada kırsal turizm faaliyeti gerçekleştiren işletmeler ile rastgele örnekleme yöntemiyle mülakat yapılmıştır. Elde edilen veriler ile Yeşilbaşköy'ünde yöreye yönelik SWOT analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda bölgede tanıtım eksikliği ve pazarlama sorunu olduğunu vurgulamıştır. Araştırma alanında yerli halka ve işletmelere kırsal turizm hakkında eğitim programlarının düzenlenerek bilinçlendirilmesinin sağlanması ile kırsal kalkınmanın artacağını savunmuştur.

Akpulat (2015), tarafından yapılan araştırmada İzmir'in Ödemiş ilçesi kırsal turizm arz olanakları açısından değerlendirilip elde edilen verilere göre ilçenin tanıtılmasını sağlamak ve öneriler sunmayı amaçlanmıştır. Araştırmayı yazılı literatür, kişisel görüşmeler ve yer-olay incelemesi yaparak gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda ilçede turizm arz kaynaklarının kırsal turizm gelişimine uygun olduğu, bu amaçla planlama çalışmalarının yapılması ve uygulanmasının ilçenin ekonomik ve sosyal gelişimi açısından yararlı olacağını belirtmiştir. Ayrıca Ödemiş ilçesinde yöresel özelliklerini yitirmemiş köy evlerinin mimariye uyumlu olarak yeniden düzenlenmesini ve konaklamaya açılması ile kırsal turizmin gelişimine önemli katkılar sağlayacağını belirtmiştir. Yaptığı araştırma ile kırsal turizm konusunda yapılacak diğer çalışmalara öncülük edeceğini düşünmektedir.

Gümüş (2015), tarafından yapılan çalışma ile Tekirdağ ilindeki tarım işletmeleri için ek gelir sağlayabilecek tarım turizminin (Agri-Tourism) bölgedeki tarımsal işletme yapısına uyumu ve uygulanabilme olanaklarını araştırmıştır. Çalışmada bölgede yer alan üreticilerin tarım turizmine ynelmeme sebeplerinin başında altyapı eksikliği ve tanıtım eksikliğinin geldiği tespit edilmiştir. Tekirdağ ilinde kırsal kesimde turistlerin ilgisini çekebilecek yöresel ürünlerin sergilenmesine imkân veren olanakların olmaması ya da yetersiz olması üreticilerin tarım turizmine yaklaşımını etkilemekte olduğunu belirtmiştir.

Hanedar vd. (2015), tarafından yapılan çalışmada Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi ğrencilerinin kırsal turizme yönelik bakış açılarını, 235 ğrenci ile anket çalışması yaparak incelemişlerdir. Anket alışması ile elde edilen veriler çapraz tablolar oluşturularak Khi-Kare analizleri yapılmıştır. Araştırma sonucunda Tarım Ekonomisi bölüm ğrencilerinin kırsal turizm etkinliklerini ve kırsal turizm tanımını doğru olarak bilme oranı diğer bölümlere göre yüksek olduğu ve öğrencilerin kırsal turizm sektöründe çalışmaya istekli oldukları grlmştir.

Karaman ve Gl (2015), tarafından yapılan çalışmada Konya İli Hadim İlçesinde kırsal turizm potansiyelinin olup olmadığı; varsa hangi kaynakların nerede, ne Şekilde, nasıl değerlendirilebileceği ve bunun sonucu Konya ekonomisindeki istihdam ve gelirin ne Şekilde yn değiştirebileceği belirlenmesi amaçlanmış ve bu amaçla kırsal turizmin uygulamasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.



Kızıloğlu vd. (2015), tarafından yapılan çalışmada Gümüşhane İli Kürtün İlçesine bağlı Güvende Yaylasına gelen ziyaretçilerin sosyo-ekonomik yapılarını ortaya koyarak kırsal turizm bilinç düzeylerini belirlemeye çalışılmıştır. Bu amaç için binary logit analizi, İkili Lojistik Regresyon yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda devlet tarafından kırsal turizm bölgelerine verilecek destek miktarlarının artırılması öneri olarak sunulmuştur.

Ongun vd. (2015), tarafından yapılan çalışmada, kırsal turizm kapsamında tarım turizmi, çiftlik turizmi ve eko turizm kavramları ele alınmış ve Burdur ili kapsamında uygulanabilirliği tartışılmıştır. Burdur ilinin kırsal alanlarında yapılabilecek turizm çeşitliği hakkında bilgi verilerek, ilin kırsal turizm potansiyelinin durum değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda İlin başlıca turizm sorunları olarak; alternatif turizm türlerinden tam yararlanamaması, turizmden yeterli düzeyde gelir elde edemeyişi ve kırsal alanlarda faaliyet gösteren mermer ocaklarının doğaya vermiş olduğu telafi edilemeyecek düzeyde tahribatlar olarak saptanmıştır. Bu sorunların çözümlenmesi için de, kırsal alanlarda yapılabilecek alternatif turizm türlerini hayata geçiren, yerli ve yabancı turistlere odaklanan bir turizm politikasının uygulanması gerektiği vurgulanmıştır.

Torun (2015), tarafından yapılan çalışmada Elazığ İlinin kırsal turizm potansiyelinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada konu hakkında literatür taraması yapılmış ve aynı zamanda yöre halkının konu hakkındaki beklenti ve eğilimleri araştırılarak, SWOT analizi ile olumlu ve olumsuz etkileri ortaya konulmuştur. Elazığ ilinde kırsal alanlarda yaşayan yerel halk ve konu hakkında bilgisi olabilecek paydaşlara (eşitli yerel yönetim çalışanları) ile görüşmeler yapmış ve görüşmeler sonucunda bölgenin kırsal turizm potansiyeli belirlenmeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda Elazığ ilinin tahrip edilmemiş doğallığını koruduğu, kırsal alanların, doğal yapı ve kültürel değerlerinin varlığı ve bölge halkının cana yakın ve misafirperver oluşu ilin güçlü yönleri olarak sayılırken yerel halkın kırsal turizm hakkında yetersiz bilgisinin olması zayıf yönlerini ortaya koyduğunu belirtmiştir. Ayrıca görüştüğü yerel halkın büyük bir kısmının kırsal turizm uygulamaları için istekli olmasının kırsal turizmin yörede uygulanabilirliğine fırsat oluşturacağını belirtmiştir.

Ukav vd. (2015), Adıyaman İlinde çiftçilerin tarım turizm algılamaları üzerine yaptıkları çalışmada, tarım turizm potansiyelini ve tarımsal üretim yapan çiftçilerin tarım turizmüne yönelik algılamalarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaçla öncelikle ikincil veriler incelemiş, Adıyaman ili ve ilçelerine bağlı 33 köyde 132 kişiyle yüz yüze görüşerek anket uygulaması yapmış ve elde edilen verileri SPSS paket programı ile analiz ederek ölçekteki değişkenlerin faktör analizi, aritmetik ortalama ve standart sapmalarını belirlemiştir. Yapılan çalışma sonucunda Adıyaman'ın tarım turizmi potansiyelini (mevcut durum) ortaya koyarak çiftçilerin tarım turizminin kendilerine önemli derecede ekonomik ve sosyo-kültürel faydalarının olacağını ve bu turizm türünün çevreye herhangi olumsuz fiziksel bir etkisinin olmayacağını algıladıklarını belirtmiştir.

Güney ve Göller (2016), tarafından yapılan çalışmada Misi köyünde yaşayan yerel halkın kırsal turizm konusundaki yaklaşımının belirlenmesi amacıyla halkla görüşme yapılmıştır. Toplamda 17 sorunun yer aldığı görüşme formunda köy halkına Misi köyündeki turizm tesisleri, turizm türleri, turizm değerleri, ekonomik açıdan turizmden yararlanma, Misi köyünün sorunları, Misi köyünün tanıtımı ile yerel halkın turizmden beklentileri hakkında sorular yöneltilmiş ve Misi köyü halkının görüşleri alınmıştır. Görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, görüşme sorularına verilen cevaplar çözümlenmiş, sistematik hale getirilerek bulgulara dönüştürülmüş ve bulguların analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Misi köyü halkının büyük çoğunluğu köydeki turizm tesislerinin yetersiz olduğunu dile getirmiştir.

Ongun vd. (2016), tarafından yapılan çalışmada Burdur İlinin Yeşilova ilçesinin kırsal turizm potansiyelini ortaya koymak, bu yöndeki güçlü, zayıf yönlerini, tehdit ve fırsatları belirlemek amaçlanmıştır. Yeşilova ilçesinde kırsal turizm ile ilgili mevcut durumun belirlenmesi için saha gezisi yapılmış ve bu saha gezisi sonucunda Yeşilova ilçesinin kırsal turizm potansiyeli ortaya konulmaya çalışılarak kırsal turizmin yöreye etkileri incelenmiştir. Saha gezisi kapsamında ilçe ve köylerdeki kişilerle görüşmeler gerçekleştirilerek elde edilen veriler SWOT analizi oluşturularak yorumlanmıştır. Swot analizi kapsamında yörenin güçlü yanları olarak bozulmamış bir doğaya sahip olduğu, yörede yaşayan kırsal halkın sıcakkanlı ve misafirperver olduğu ve yörenin fauna, flora ve kuş gözlemciliği bakımından büyük bir potansitele sahip olduğunu belirtmiştir. Yörede yaşayan halkın kırsal turizm hakkında yeterli

bilgiye sahip olmayışı ve konaklama sayısının yetersizliği ilçenin zayıf yönleri olarak belirtmiştir.

Ongun vd. (2016), Bucak Hikmet Tolunay Meslek Yüksekokulu'nda ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 10 öğrencinin kırsal turizme bakış açılarını belirlemek üzere yüzyüze görüşmeler yapmışlardır. Görüşmeler sonucunda elde ettikleri verilerin çözümlenmesi için "Görüşme Kodlama Anahtarı" oluşturmuştur. Bulguların yorumlanabilmesi için nitel veriler sayısal verilerle ifade edilmeye çalışıl ve kategorilerin frekansları hesaplanarak yüzdeleri ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca doğrudan alıntılarla bulgular desteklenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda erkek öğrencilerin kırsal turizmde çalışabilecekleri yönündeki beyanlarına karşın kız öğrencilerin hiçbir koşulda kırsal turizmde çalışmayacaklarını beyan etmeleri, dikkate alınması gereken önemli bir unsur olarak vurgulanmıştır. Araştırmadaki öğrencilerin, kırsal turizm ile birlikte yerel halkın refah düzeylerinin yükseleceği, buna karşılık doğal alanların rant uğruna tahribat edileceği ortak görüşüne sahip oldukları belirtilmiştir.

Karamehmet vd. (2016), tarafından yapılan araştırmada Türkiye'nin kırsal turizm açısından rekabet gücünün artırılmasına yönelik strateji belirlemeyi ve uygulama geliştirebilmesine destek olmayı amaçlanmıştır. Araştırmada turizm, pazarlama, rekabet ve tutundurma çalışmaları geniş çaplı olarak araştırılmış, bu konular hakkında değerlendirmeler yapmış ve dünyadan önemli örneklerden bahsetmiştir. Ayrıca Türkiye'de günümüze kadar gerçekleştirilen başarılı kırsal turizm uygulamalarından bahsederek rekabetçi kırsal turizm ve tutundurma çabaları ile ilgili karşılaştırmalar yapmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda ilgili kişi/ kurum ve devlet desteği ile yerel halka verilecek kırsal turizm alanlarındaki bilimsel bilgilendirme faaliyetlerinin artırılması, devlet desteğinin sağlanması, öncelikli bölgelerin saptanması, turizm odaklı alternatif geçim faaliyetlerinin hayata geçirilmesi, sosyal olanaklar sunulması ile kırsal destinasyonların etkin kullanımının sağlanması, kırsal yerleşimlerinin konaklamaya açılması, çevre ve turizm alanında dernek, vakıf, federasyonların kurulması gibi önerilerde bulunmuştur.

Çuhadar ve Ünal (2017), tarafından yapılan çalışmada Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesindeki meslek yüksekokullarında aşçılık, turizm işletmeciliği ve

turizm rehberliği programlarında 2014-2015 eğitim üretim yılında renim gören öğrencilerin kırsal turizme yönelik bakış aıların ve algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada 382 birey ile yüz yüze görüşülerek anket yöntemi elde edilen verilerin analizi, frekans analizleri, Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testleri ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda turizm işletmeciliği, aşlılık ve turizm rehberliği programlarında turizmle ilgili eğitim alan öğrencilerin yöre, bölge ve ülke için kırsal turizmin olumlu etkilerine ilişkin ifadelerine katılımlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Aslan (2018), tarafından yapılan araştırmada Kocaeli ili Kartepe ilçesinde faaliyet gösteren kırsal turizm işletmecilerinin demografik özelliklerini tespit etmek, bireysel yenilikçilik düzeylerini saptamak, yenilikçilik puanlarının çeşitli değişkenler ile olan bağlantısını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmanın rneklemini Kartepe ilçesinde faaliyet gösteren 65 adet kırsal turizm işletmelerinin yöneticileri oluşturmuştur. Verilerin elde edilmesi amacıyla işletme yöneticilerine işletmelerine ilişkin soruların yer aldığı Bilgi Formu hazırlanmış ve bireysel yenilikçilik leği puanlama sistemi uygulamıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde, frekans ve yüzde dağılımı, aritmetik ortalama ve standart sapma, çapraz tablolar, t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve post-hoc Tukey testinden yararlanmıştır. Araştırma sonucunda kırsal turizm işletmecilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin düşük düzeyde olduğu ve bireysel yenilikçilik kategorilerinden şüpheci kategorisinde yer aldıklarını tespit etmiştir. Bireysel yenilikçilik puanları ile yaş, eğitim durumu, turizm eğitimi alma durumu, işletme türü, daha önce çalışılan sektör değişkeni, haftalık internet kullanım süresi, internet kullanım amacı, kırsal turizmle ilgili takip edilen site ve kişilerarası ilişki düzeyi değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğunu saptamıştır.

### **3. MATERYAL VE YÖNTEM**

#### **3.1. Materyal**

Bu çalışmada, yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm üzerine algılarının incelenmesi amaçlandığından, araştırma bölgesinde bitkisel veya hayvansal üretimde bulunan hane halkları çiftçi olarak tanımlanırken, bitkisel ve hayvansal üretimde bulunmayan ama araştırma bölgesinde ikamet eden kişiler yerel halk olarak tanımlanmıştır. Çalışmada, İzmir ili Karaburun ilçesi Mordoğan beldesine bağlı Mordoğan Merkez, Çatalkaya ve Ardıç mahallelerinde ikamet eden yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm olgusu hakkında ne derece bilgi sahibi oldukları ve kırsal turizm algılarını saptamak amacıyla iki farklı anket formu düzenlenmiştir. Çalışmanın ana materyalini, Mordoğan beldesinde yaşayan yerel halk ve çiftçilerle yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler ile araştırma bölgesinde faaliyet gösteren kırsal turizm paydaşları ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler oluşturmuştur.

Çalışma ile ilgili ikincil veriler ise TÜİK, İl ve İlçe Tarım ve Orman Müdürlükleri ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden temin edilmiştir. Bunun yanı sıra konu ile ilgili çeşitli kişi ve kuruluşlar tarafından yapılan benzer çalışmalardan, raporlardan ve istatistiklerden de yararlanılmıştır.

#### **3.2. Yöntem**

##### **3.2.1. Verilerin toplanmasında uygulanan yöntem**

Araştırmada yerel halk ve çiftçiler ile anket yapılacağından örnek sayısının belirlenmesinde çiftçiler için tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Anket yapılacak çiftçilerin sayısını Tarım ve Orman Bakanlığı bilgi sistemine kayıtlı 77 çiftçi oluşturmuştur. Yerel halk ile yapılacak olan anket sayısı “Oransal Örnekleme” yöntemi kullanılarak hesap edilmiştir. Örnek sayısının belirlenmesinde aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$n = \frac{Np(1 - p)}{(N - 1)\sigma^2 + p(1 - p)}$$

Formülde:

n =Örnek Hacmi, N=Popülasyon hacmini (3230), p=Tahmin Oranını (maksimum örnek hacmi için 0,05),  $\sigma^2$ =Ana kitle varyansını ifade etmektedir. .Popülasyon hacmi Mordoğan beldesinde yaşayan 18 yaş üzeri kişi sayısını ifade etmektedir.

N büyüklüğündeki sonlu bir ana kitle için, belli bir özelliği taşıyanların bilinen veya tahmin edilen oranına (p) göre örnekleme yapılmak isteniyorsa, örnek hacmi formülü yukarıdaki gibi olacaktır. Burada p, üzerinde çalışılan özelliğin ana kitledeki oranı veya rastlanma olasılığıdır. p, daha önceki araştırma veya deneyimlerden elde edilebileceği gibi, sezgisel olarak da tahmin edilebilmektedir. Maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için p=0,5 alınmalıdır. p'nin, 0,5' ten daha az ve daha yüksek değerleri, örnek hacmini düşürmektedir. O nedenle p'nin bilinmediği durumlarda maksimum örnek hacmiyle çalışmak olası hatayı azaltacağından p=0,5 alınması önerilmektedir.  $\sigma^2 p x$  ise; oranın varyansdır (Miran, 2011).

Gerçek oran ne olursa olsun, bunun istenen herhangi bir olasılık düzeyinde güven aralığının, örnek oranının iki tarafında belli bir r oranından daha fazla uzamamasını istenebilir. Bu durumda  $\sigma^2 p x$  parametresini:

$Z_{(\alpha/2)} \sigma P=r$  formülü ile ifade edilebilir Burada  $\sigma P=0,04848$  ifade etmektedir (Miran, 2011).

Bu tez çalışması kapsamında ise; oransal örnekleme yöntemi formülüne göre yerel halk ile yapılacak anket sayısı % 90 güven aralığı (1,65) ve % 8 hata payı ile 103 kişi olarak belirlenmiştir

Araştırmanın ana materyali 103 yerel halk ve 77 çiftçi ile iki farklı anket formu uygulanarak elde edilmiştir. Anket formları konuyla ilgili yerli ve yabancı yazın taraması yapılarak geliştirilmiştir. Araştırmada kullanılan iki farklı anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, ankete katılanların cinsiyet, yaş aralığı, eğitim durumu gibi demografik bilgiler yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise, katılımcıların ikamet ettikleri yöreyi tanımak amacına yönelik genel

sorular ve kırsal turizme ilişkin algılarını tespit etmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Anket formunda yer alan ifadeler, yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarını belirlemek için literatürdeki ilgili çalışmalarda yer alan soru maddelerinden faydalanılarak ve kırsal turizm sektörü paydaşlarından destek alınarak oluşturulmuştur (Ayaz vd., 2012; Morgül,2006, Özdemir vd., 2011; Çeken,2012; Sezer vd., 2013; Ukav vd.,2015; Çuhadar vd., 2017). Oluşturulan 61 ifadedi ölçek, altı boyuta ayrılarak (politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, çevresel ve yasal) geliştirilmiştir. Kırsal turizm ile ilgili ifadeler '1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum' sırası ile 3'lü Likert düzeninde hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle yerel halk ve çiftçiler için pilot anket çalışması uygulanmış ve çalışma sonrasında anlaşılmayan sorular anket formundan çıkarılmıştır.

Araştırmanın ana materyali 103 yerel halk ve Tarım ve Orman Bakanlığı bilgi sistemine kayıtlı 77 çiftçi olarak belirlenmiş olup görüşülen çiftçilerin %16'sının tarım faaliyetleri ile uğraşmayı bıraktığı saptanmış ve çalışma kapsamında 65 çiftçi ile yapılan görüşmeler değerlendirilmeye alınmıştır. Ayrıca tez çalışması kapsamında kırsal turizm ile ilgili on paydaş (kurum ve kuruluş yetkilileri) ile görüşülerek yörenin kırsal turizm potansiyelinin geliştirilmesine ilişkin değerlendirmeler ortaya konulmuştur.

### **3.2.2. Verilerin analizinde uygulanan yöntem**

Anket yöntemi ile toplanan veriler bilgisayar ortamına aktarılarak, IBM SPSS Statistics 23 paket programında frekans dağılımları, aritmetik ortalamalar, çapraz tablolar ve oransal dağılımlar olarak tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmıştır. Araştırmada yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarının belirlenmesi için faktör analizi uygulanmıştır. Yerel halk ve çiftçiler arasında kırsal turizm algıları bakımından bir fark olup olmadığını ortaya koymak için Mann Whitney U testi yapılmıştır.

Anket formunda yer alan demografik bilgiler ve ikamet ettikleri yöreyi tanımak amacıyla yönelik genel sorulara ait cevaplar frekans dağılımları ile analiz edilmiştir. Kırsal turizme ilişkin algıları tespit etmeye yönelik üçlü likert ölçekli soruların ifadelerin yerel halk ve çiftçiler tarafından kaç farklı boyutta algılandığını belirlemek

için faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıdaki değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir. Faktör analizinde dört temel aşama söz konusudur. Bunlar; veri setinin faktör analizi için uygunluğunun değerlendirilmesi, faktörlerin elde edilmesi, faktörlerin rotasyonu ve faktörlerin isimlendirilmesidir (Kalaycı, 2010).

Mordoğan beldesinde görüşülen yerel halk ve çiftçilerin sosyo-demografik özellikleri ile kırsal turizm algılarını ortaya çıkaran faktör analizi sonucunda elde edilecek boyutlar açısından fark olup olmadığı tespit edilmesi için öncelikle boyutların normal dağılımları Kolmogorov-Smirnov testi ile test edilerek incelenmiş ve normal dağılmadıkları gözlenmiştir ( $p < 0,05$ ). Tablolarda p değeri (Assymp. Sig. (Anlamlılık)) olarak görülen satırdaki değerlerin istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değeri kabul edilen 0,05'den büyük olması incelenen faktörlerin dağılımlarının normal olduğunu ve 0,05'den küçük olması normal dağılım göstermediğini göstermektedir. Elde edilen veriler normal dağılım durumu sağlamadığından, yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarının demografik özellikleri ve faktör analizi sonucunda elde edilen boyutlara göre parametrik olmayan (nonparametrik) testler uygulanarak farklılıklar açıklanmaya çalışılmıştır ( $p < 0,05$ ). Çalışmada parametrik olmayan Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Mann-Whitney U testi, parametrik olmayan yani normal dağılım göstermeyen verilere iki ayrı grubun belli bir değişkene ait ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılmaktadır. Mann-Whitney U testi, bağımlı değişkenlerin iki seçenekli bağımsız değişken arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakılmak istendiğinde uygulanacak olan parametrik olmayan testtir. Örneğin; evli ve bekâr kadınların erkekler hakkındaki düşünceleri arasında fark olup olmadığını bulmak için kullanılacak yöntem Mann-Whitney U testidir (Eymen, 2007). Çalışmada ise sosyo-demografik özelliklerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında fark olup olmadığını ortaya koymak istenildiğinden Mann Whitney U testi kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık sınırı  $p < 0,01$ ,  $p < 0,05$  ve  $p < 0,10$  olarak kabul edilmiş, elde edilen bilgiler tablolar aracılığıyla açıklanmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.



Çalışmada ayrıca kırsal turizm ile ilgili paydaşlar (kurum ve kuruluş yetkilileri) ile görüşülerek yörenin kırsal turizm potansiyelinin geliştirilmesine ilişkin değerlendirmeler alınmıştır. Yörenin kırsal turizm açısından değerlendirilmesi, yörenin kırsal turizm açısından mevcut durumunu ortaya koyabilmek açısından paydaş analizi büyük önem taşımaktadır. Görüşülen paydaşlardan verilerin toplanması için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu yöntem ne tam yapılandırılmış görüşmeler kadar katı ne de yapılandırılmamış görüşmeler kadar esnek; iki uç arasında yer almaktadır (Karasar, 1995). Araştırmacıya bu esnekliği sağladığı için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Mülakatlarda konu ile ilgili literatür taramasından elde edilen ve araştırmanın amacına uygun belirlenen on soru sorulmuştur. Araştırmada kullanılan mülakat soruların yanıtlarını bulabilmek amacıyla araştırma bölgesinde bulunan on kurum ve kuruluş temsilcisi ile (Kenan ÜSTÜNDAĞ (Mordoğan Mahallesi Muhtarı), Çiğdem AKTURA (Karaburun Kent Konseyi Genel Sekreteri), Zehra ÖMERLER (Karaburun Kadınları Agro Turizm Koop. Eski Başkanı), Füsun SOYKAN (Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Profesör), Zeynep DURMUŞ ARSLAN (İYTE Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Öğretim Görevlisi DR.), Semih Türker GÖZÜBÜYÜK (Karaburun İlçe Tarım ve Orman Müd., İlçe Müdür Vekili), Banu MUTLU (Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Teknikeri), Semahat ÖZDEMİR (İYTE, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Öğretim Görevlisi, Doç.Dr.), Sonia ERDEM (Karaburun Kadınları Agro-Turizm Kooperatifi Yetkilisi), Müesser AKTAŞ (Mordoğan Müesser Aktaş Tarih ve Etnoğrafya Tarih Evi, Yetkilisi)) görüşme yapılmıştır. Görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve daha sonra çözümlenmiştir. Görüşmelerin analiz kısmında betimleme yöntemi tercih edilmiştir. Betimleme yöntemi, verilen bir durumu aydınlatmak, standartlar doğrultusunda değerlendirmeler yapmak ve olaylar arasındaki olası ilişkileri ortaya çıkarmak için yürütülen analiz yöntemidir (Çepni, 2007). Betimleme yönteminde mevcut durumların, şartların ve özelliklerin olduğu gibi ortaya konulması amaçlanır ve amaca ulaşmak için anket, mülakat (görüşme) gözlem ve test teknikleri kullanılmaktadır (Aslantürk, 1999). Çalışmada Karaburun ilçesi ve Mordoğan beldesinin kırsal turizm paydaşları ile on açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formu ile yüz yüze mülakat görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Betimleme yöntemi ile kurum ve kuruluş temsilcilerinin kırsal turizm ile ilgili görüşleri ve bununla ilgili önerileri ortaya konulmuştur

Görüşülen kırsal turizm paydaşlarının görüşleri de değerlendirmeye alınarak, paydaşların görüşleri ile yerel halk ve çiftçilerin ifadelerine verdikleri cevapların ortalamalarına göre PESTEL Analizi ile yorumlama yapılmıştır. Kırsal turizmin ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel, politik, beşeri pek çok etkisinin içinde bulunduğu ve sürdürülebilir kalkınma için de önemli bir potansiyeli bünyesinde barındıran bir kavram olduğundan araştırma kapsamında PESTEL analizi tercih edilmiştir. PESTEL analizi, politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, çevresel ve yasal faktörlerin incelenerek, önemli ve hemen harekete geçilmesi gerekenleri tespit etmek ve bu faktörlerin, olumlu veya olumsuz, etkilerini ortaya çıkarmak için yapılan bir analizdir (Oktay 2006). İngilizcede PEST veya PESTLE political (politik), economical (ekonomik), sociocultural (sosyo-kültürel), technological (teknolojik), legal (yasal), environmental (çevresel) isimleriyle anılan analiz yöntemi (Arabacı, 2010) olarak bilinmektedir (Dinçer vd., 2011; Stundziene vd., 2012; Oktay, 2006). PESTEL analizi ile araştırma bölgesinin kırsal turizm açısından şu anda içinde bulunduğu politik, sosyo-kültürel, ekonomik, yasal, teknolojik ve çevresel faktörlerin gelecekte nasıl etkileyeceği analiz edilmiştir.

## 4. ARAŞTIRMA BÖLGESİNİN TANITILMASI

### 4.1. İzmir İli Karaburun İlçesinin Coğrafi Konumu ve Yapısı

Karaburun, Türkiye'nin batısında, Ege Denizi'ne uzanan Urla Yarımadası'nın, Balıklıova ile Gerence Koyları arasındaki hattın kuzey kesimini oluşturan 600 km<sup>2</sup>'lik Karaburun Yarımadasında ve güneyinde Çeşme, doğusunda da Urla ilçesi yer almaktadır. Doğu, Batı ve Kuzeyi denizlerle çevrili olan Karaburun Yarımadası, 36 - 38° Doğu boylamları arasında yer almakta olup, 415 km<sup>2</sup> yüz ölçümüne sahiptir. Deniz seviyesinden yüksekliği 50 metre ve Karaburun ilçe merkezi denizden 2 km uzaklıktadır. Batısında yer alan Yunanistan'ın Sakız Adasına (Xios) 15 mil uzaklıkta ve kuzeyinde Midilli Adası (Lesvos) bulunmaktadır. Sahip Adası ve Küçükada olmak üzere iki adaya sahiptir. Bu adaların kıyılarında dalış turizmi yapılmaktadır. Akdağ en önemli yükselti olup zirvesi 1218 m'dir (Anonim, 2017a).

Karaburun ilçesi İzmir kent merkezine 100 km ve Adnan Menderes Havalimanına 110 km'dir. Karaburun nüfus yoğunluğu düşük ve İzmir nüfusuna göre en yaşlı nüfusa sahip olan ilçedir. 2016 yılı nüfusu 9575'dir (TÜİK, 2017a). Karaburun Belediyesine 6360 sayılı yasa ile bir belde ve 13 köy, mahalleye dönüştürülerek belediye sınırlarına dahil edilmiş ve İlçe merkezinde mevcut 2 mahalle ile birlikte 16 mahalleden oluşan Karaburun Belediyesi, 1902 yılında kurulmuş en eski belediyelerdendir (Anonim, 2014).



Şekil 4.1. Karaburun ilçesi İzmir ili içindeki coğrafi konumu



Şekil 4.2. Karaburun belediye sınırı içinde yer alan mahalleler

Karaburun ilçesi oldukça yaşlı bir nüfusa sahip olup doğum hızı Türkiye geneline göre düşük olarak yorumlanmakta ve bu durumda genç ve üretken nüfusun Karaburun'dan göç ettiği düşünülmektedir (TÜİK, 2017a). Karaburun ilçesi İzmir ili içindeki coğrafi konumunu Şekil 4.1'de ve Karaburun Belediye sınırı içinde yer alan mahalleler Şekil 4.2'de görülmektedir (Anonim, 2014). Araştırma alanı olarak seçilen Karaburun ilçesinin en kalabalık mahallesi olan Mordoğan'ın nüfusu 3965'tir. Mordoğan, İzmir'e 80 km ve Karaburun'a 20 km mesafede bir sahil kasabasıdır.

#### 4.2. İklim

Yarımadanın iklimi Akdeniz İklimi ve bitki örtüsü de tipik bir Akdeniz Bitki Örtüsü özelliği taşımaktadır. Yazları sıcak ve kurak, kışları ise ılık ve yağışlı geçmekte olup son 5 yılın ortalamalarına göre yıllık yağış miktarı 650 - 750 mm, en düşük sıcaklık -2°C ve en yüksek sıcaklık ise 35°C dir (Anonim, 2017a).

Karaburun ilçesinin iklim özellikleri turizm açısından değerlendirildiğinde; aşırı sıcak ve soğuk günlerin olmaması, kış aylarında kar yağışının çok ender olması ve yerde uzun süre kalmaması, yaz aylarında sıcaklığın bunaltıcı etkisini azaltan ferahlatıcı rüzgârların olması ve yaz yağışlarının çok nadir görülmesi öne çıkmaktadır. Ayrıca ilçede nem miktarının insanı olumsuz etkileyecek kadar olmaması, çeşitli turizm türlerinin ve ona bağlı turizm aktivitelerin gerçekleşmesine

olanak vermesi de iklim özellikleri bakımından Karaburun Yarımadasının avantajlarını göstermektedir (Anonim, 2012).

### 4.3. Yeryüzü Şekilleri

Yarımada genelde oldukça engebeli bir yeryüzü yapısına sahip olup Orta bölümünde kuzey-güney istikametinde uzanan Bozdağ kütlesi, 1212 metreye ulaşan yüksekliğiyle Akdağ Tepesi yarımadaının en yüksek kesimini oluşturmaktadır. Dağların denize dik inmesi Karaburun Yarımadası'nın yerleşimini oldukça etkilemiştir. Mordoğan, Yeni Liman, Badembükü ve Denizgiren mıntıkalarının bir bölümü ovalık ve İzmir körfezi boyunca Kuzey ve Batı kıyıları güzel manzaralı bir şerit halinde uzanmakta olup, çok sık koyları bulunmaktadır. Bu koylar sırasıyla; Sıcağbükü, Kumburnu, Çatalkaya Körfezi, Mordoğan İskelesi, Ardıç, Kaynarpınar, Boyabağı, Akbük, Eşendere, Olcabük, Bodrum, Karaburun İskelesi, Yeniliman, Denizgiren, Karareis, Kocadere ve Gerence'dir. Karaburun Yarımadası'ndaki adı geçen bu koylarda plaj oluşumu çok sınırlı, plajlar kısa ve dar olup, çakıllı ve taşlıdır. Karareis Koyu, en uzun plajlı koydur (yaklaşık 1,5-2 km). Ardıç Plajı, Mordoğan beldesi yakınlarındadır, kumsala sahip olan plaj, yarımadaının en rağbet gören plajıdır (Anonim, 2012). Ayrıca Karaburun' da herhangi bir yerleşimin söz konusu olmadığı Büyük Ada, Uzun Ada, Göyne ve Bayta (Goni) Adaları mevcuttur (Anonim, 2017a).

Karaburun ilçesinin yerleştiği yarımadaının morfolojik açıdan göze çarpan en önemli özelliği olarak yarımadaının kabaca ortalarına rastlayan ve kuzey-güney doğrultusunda uzanan 'Karaburun Bozdağ Kütlesi' nin varlığı ve kıyılara doğru azalan bir eğimle, genel olarak üç aşınım yüzeyine karşılık gelen 'Karaburun Platoları' nın oldukça geniş alanlara sahip olması gösterilmektedir. Yarımadaının en yüksek yeri 1212 m ile Akdağ'dır. İlçede bulunan diğer dağlar 'Bölmeç Dağı, Eskici Dağı, Keplen Dağı, Karadağ ve Küre Dağı'dır (Soykan vd., 1993; Yiğiter, 2007). Karaburun Yarımadası'ndaki mağaralar ise Peynirini Mağaralar, Hades Mağarası, Dipsizkuyu Mağarası, Aşağıovacık Düdeni ve Tezini Mağarası olarak sıralanmaktadır (Anonim, 2012) .

Karaburun formasyonlarının kıyı çizgisine tekabül eden kesimlerinde küçük büyük pek çok deniz mağaralarına rastlanmakta ve en önemli deniz mağarasının Kaba

Burnu kuzeyindeki koyda yer alan ve yöredeki tarafından 'fok yuvası' olarak adlandırılan bu deniz mağarası ve benzeri mağaralar yarımadaının sahip olduğu eşsiz doğa zenginliklerini ortaya koymaktadır (Soykan vd., 1993; Yiğiter, 2007).

#### **4.4. Bitki Örtüsü**

İklim bakımından 'Yarı Nemli Akdeniz İklim Tipi' nin egemenliğı altındaki Karaburun Yarımadası'nda bu iklimi karakterize eden; orman, maki ve garig/ frigana formasyonu, olmak üzere üç farklı vejetasyon formasyonu dağılışı göstermektedir (yarımadada orman vejetasyonunun hakim ağaç türünü Kızılçam, maki formasyonun ağaç türünü Kermez Meşesi ve garig formasyonunun ağaç türlerini ise Abdest Bozan ve çeşitli Ladenler oluşturmaktadır) (Soykan vd., 1993; Yiğiter, 2007). Yarımadaının yaklaşık 27.000 Hektar Kızılçam ormanı mevcut olduğu bilinmektedir. Bölgesel bazı değışiklikler göstermekle birlikte bitki örtüsünü oluşturan bitkiler çoğunlukla 'Delice, Kocayemiş, Sandal, Menengiç, Kermez Meşesi, Tesbih, Akça Ağaç, Sakız, Dağ Çileğı, Harnup, Defne, Sabırlık, Kapari, Katırtırnağı, Güneş Çiçeğı, Tosbağa Otu, Emzik Otu, Parşen, Üçgül, Tırtıl, Yabani Soğan, Dede Derneğı, Çevrince, Misk Soğanı, Alçak Esme, Laden' gibi bitkiler olarak sıralanmaktadır. Karaburun Yarımadasının florasının kendine özgü bazı farkları bulunmakta olup bunlara örnek olarak zeytinde Hurmayı, çiçekte Nergis'i, sebze de Enginar'ı, kendine has özellikleriyle sadece bu yarımada da bulmak mümkündür. Yüzlerce şifalı otu, onlarca çeşit Kekik ve Adaçayını, doğanın eşsiz hediyesi yüzlerce kır çiçeğini, Karaburun Yarımadası bünyesinde barındırmaktadır (Anonim, 2017a). Doğal şifalı otlar açısından oldukça zengin bir yapıya sahip olan yarımada da fitoterapik değeri olan yaklaşık 67 tür şifalı ot bulunmaktadır. Yarımada da bulunan şifalı otlara örnek olarak Sütleğen, Sinir Otu, Yarpız, Gelincik Otu, Karabaş Otu, Kantaron Otu, Kapari, Kekik, Kenger, Sığırotu, Ada Soğanı, Adaçayı sayılabilir (Anonim, 2012).

#### **4.5. Ekonomik Faaliyetler**

##### **4.5.1. Turizm**

Turizm üç tarafı denizle çevrili ilçenin temel gelişim ve istihdam alanını oluşturmaktadır. Deniz turizminin yanında, son yıllarda kıyı ve olta balıkçılığı, sualtı

sporları, doğa yürüyüşleri gibi alternatif seçenekler ön plana çıkmakta ancak kıyı turizmi ve günü birlik turizm en yoğun turizm faaliyetlerinden olmakla birlikte sadece yaz aylarını kapsamaktadır. Karaburun yarımadasında doğa, tarih ve kültürü koruyan, tüm yıla yayılabilecek ekoturizm, kırsal turizm, agro turizm, ve kültür turizmi gibi alternatiflere uygun potansiyelinin mevcut olduğu savunulmaktadır. Bu potansiyellerin değerlendirilmesi ile bölge, kitle turizmine yönelik büyük turizm tesisleri yerine daha çok doğa ve insana saygılı, kültürel etkileşime açık yerel kalkınmayı gözetken küçük ölçekli turizm yapılanması içeren turizm faaliyetlerine uygun olduğu görülmektedir (Anonim, 2017a).

Kültür turizmi için Karaburun ilçesinde gidilebilecek tarihi yerler;

Araştırma alanı olan Mordoğan mahallesinde; Ayşe Kadın Camii, Dilek Pınarı (Narkissos), Müesser Aktaş Etnografya Müzesi (Eski Mordoğan Köyü), Çatalkaya Mahallesi'nde tarihi Hocasadeler Camisi ve çeşme.

Mordoğan mahallesi çevresindeki yerler; Sazak Köyü, Eski Su Değirmeni kalıntıları, Kösedere ve Ambarseki'de taş sıkım zeytin değirmenleri, Kösedere, Ambarseki ve Saip köylerinde tipik köy kahveleri, Ambarseki'de Pınar çeşmesinin yanında 3K Kavimler Kapısı Tiyatro Atölyesi, Akvaryum (İncirlikoy), Kuyucak, Bodrum Koyu, Mimoza, İskele plajları (Karaburun), Bahçeli taş evlerden oluşan Bozköy'de güneye uzanan Uzundere Vadisi, Tepeboz vb.

Karaburun ilçesindeki doğa yürüyüş parkurları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Selçuk, Menderes, Seferihisar, Güzelbahçe, Urla, Çeşme ve Karaburun ilçelerinden geçen Efes- Mimas Yolu,
- Karaburun-Çullu-Karaburun,
- Karaburun-Manastır-Saip Kayası,
- Karaburun-Saip-Ambarseki-Eşendere Mevki,
- Karaburun Peynirini Mağarası-Yukarıdeveci Mağarası,
- Parlak-Badembükü,
- Yayla-Bozköy (Uzundere Vadisi),
- Sazak-Sarpıncık-Karaburun Feneri,
- Tepeboz-Yeniliman-Kömürburnu,

- Sarpıncık-Hamzabükü-Kumbükü-Kömürburnu-Yeniliman,
- Küçükbahçe-Denizgiren-Tolos-Eğriliman,
- Yenicepınar-Çatalkaya-Eski Mordoğan-Mordoğan,
- Kaynarpınar-İncelik-Kösedere,
- Mordoğan-Eski Mordoğan-Eğlenhoca.

#### 4.5.2. Tarım

Karaburun İlçesinin arazi kullanımı ve tarıma elverişli alanların kullanım şekillerinin dağılımları aşağıda Çizelge 4.1 ve Çizelge 4.2’de verilmiştir. Çizelge 4.1’de Karaburun ilçesinde 2017 yılında 2013 yılına göre tarım alanı (% 1,6) ve orman-fundalık alanlarının (% 7,7) azaldığı ve diğer arazi alanının (% 11,1) arttığı görülmektedir. 2017 yılında Karaburun İlçesinin tarla alanı, sebze alanı, bağ alanı ve narenciye alanı olarak kullanılan tarıma elverişli alanların 2013 yılına göre azalması Karaburun ilçesinde tarla tarımına dayalı tarımsal üretim faaliyetinin giderek azaldığını ortaya koymaktadır. Ancak meyve ve zeytinlik alanlar ile nadasa bırakılan alanlarda bir artış olduğu dikkat çekmektedir (Çizelge 4.1). Karaburun ilçesinde engebeli arazilerde tarıma elverişli alan çok azdır. Tarıma elverişli topraklar ilçenin kıyı kesimlerinde bulunmaktadır. İç kesimlerde ise verimli tarımsal üretimin sağlanamamasından dolayı tarım yapılamamaktadır. Karaburun ilçesinde 2017 yılı toplam tarım alanı 38.391 dekar olup tarım alanının % 85’ini zeytin alanı oluşturmaktadır. Günümüzde Karaburun ilçesinde yaşlı nüfusun sayısının fazla olması tarıma elverişli alanların boş bırakılmasına neden olurken tarla alanı, sebze alanı, bağ alanlarının giderek azaldığı görülmektedir. Karaburun ilçesinde zeytincilik, süs bitkileri yetiştiriciliği, narenciye ve meyvecilik faaliyetlerini aktif olarak devam ettiği görülmektedir (Çizelge 4.2) (Anonim, 2018b).

Çizelge 4.1. Karaburun ilçesinde arazi kullanımı

Kullanım Şekli	2013		2017		Basit İndeks (2013=100)
	Alan (da)	%	Alan (da)	%	
Tarım Alanı	39.022	8,1	38.391	7,9	98,4
Orman-Fundalık	258.245	53,4	238.245	49,2	92,3
Çayır ve Mera	1.000	0,2	1.000	0,2	100,0
Diğer Arazi	185.733	38,4	206.364	42,6	111,1
Toplam	484.000	100,0	484.000	100,0	100,0



Çizelge 4.2. Karaburun ilçesinin yıllara göre tarıma elverişli alanların kullanım şekillerinin dağılımları

Tarıma Elverişli Alanların Kullanım Şekli	2013		2017		Basit İndeks (2013=100)
	Alan (da)	%	Alan (da)	%	
Tarla Alanı	3.515	9,0	240,0	0,6	<b>6,8</b>
Sebze Alanı	1.280	3,3	620,0	1,6	<b>48,4</b>
Süs Bitkileri Alanı	416	1,1	416,0	1,1	<b>100,0</b>
Bağ Alanı	687	1,8	176,0	0,5	<b>25,6</b>
Meyve Alanı	175	0,4	494,0	1,3	<b>282,3</b>
Narenciye Alanı	1.050	2,7	785,0	2,0	<b>74,8</b>
Zeytin Alanı	30.650	78,5	32534,0	84,7	<b>106,1</b>
Nadas	1.198	3,1	2394,0	6,2	<b>199,8</b>
Tarıma Elverişli Boş Alan	51	0,1	732,0	1,9	<b>1435,3</b>
Toplam Tarım Alanı	39.022	100,0	38.391	100,0	<b>98,4</b>

Karaburun Belediyesi'ne ait üç adet arıtma tesisi bulunmaktadır. Arıtmaların hepsi biyolojik arıtma olup, Efes ve Kuyucak arıtmaları düzenli çalışmaktadır. Mordoğan beldesinde arıtma tesisi bulunmamaktadır. Karaburun ilçesi tarım alanlarında yeterli düzeyde sulama yapılmamaktadır. Su kaynaklarının kısıtlı olması, mevcut tarım potansiyelinin değerlendirilmesine engel olmaktadır (İTO, 2004). Karaburun ilçesinde enginar sebze üretiminde önemli bir yere sahiptir. Ancak enginar üretiminde yeterli miktarda sulama yapılamaması ekim alanında ve üretim miktarında azalmaya sebep olmaktadır. Meyve yetiştiriciliği, sulamanın yeterli düzeyde yapılamaması ve kıyı kesimlerde yeraltından çıkan suda tuzluluk oranının artmasından dolayı olumsuz etkilenmiştir. Üretim miktarına göre mandalina, limon, portakal ve kiraz ilçe için önemlidir (İTO, 2004). Eskiden tarımsal faaliyetlerin temelini oluşturan bağcılık, önemini kaybederek çok sınırlı alanlarda Mordoğan beldesine bağlı köylerde yapılmaktadır (Işık, 2002).

Karaburun turizme dayalı gelişimi yanında tarımsal alandaki özelliklerini korumaktadır. Özel iklim koşullarına sahip ilçede doğal tarım öncelik almaktadır. Bölgeye özgü tarımsal üretimin çoğunluğunu nergis-sümbül gibi çiçek, üzüm, mandalina, zeytin (özellikle hurma zeytini yöreye özgüdür) gibi meyve ve enginar gibi sebze ürünleri oluşturmaktadır. Tarıma uygun düz ova özellikli arazisi oldukça azdır. Gerek ova ve gerekse kıraç arazilerdeki tarımsal faaliyet ve üretimin de azalmakta olduğu, mevcut ürünlerin kalite ve verimliliğin artırılması yanında yeni

ürün çeşitlerinin geliştirmesiyle yarımada'nın tarımsal gelişiminin desteklenmesi gereken bölgelerden bir tanesi olduğu savunulmaktadır (Anonim, 2017a). Antik dönemlerden beri çok önemli bir tarım ürünü olan üzümculük 1970' lerde bağlarda oluşan bir hastalık nedeniyle eski önemini yitirmişse de halen bağcılık yapan köylerin (Kösedere, Eğlenhoca gibi) ürünleri yüksek kalitede olduğu düşünülmektedir. Son yıllarda bölgeye büyük kentlerden gelerek yerleşen birçok kişi bağcılık ve zeytincilikle uğraşmaya başlamıştır. Zeytincilik de yarımada'nın en önemli tarımsal faaliyetlerinden biri olup ürün daha çok zeytinyağı olarak değerlendirilmektedir. Karaburun'un özel iklimi ve rüzgârları nedeniyle zeytinin ağacın üstünde olgunlaşması ile oluşan 'hurma zeytin' ise tamamen bölgeye özgü bir üründür. Enginar, ekimi azalmakla birlikte yarımada'nın önemli ürünleri arasındadır. Doğal şifalı otlar açısından oldukça zengin bir yapıya sahip olan yarımada da fitoterapik değeri olan yaklaşık 67 tür şifalı ot bulunmaktadır. Yarımada'da bulunan şifalı otlara örnek olarak Sütleşen, Sınır Otu, Yarpız, Gelincik Otu, Karabaş Otu, Kantaron Otu, Kapari, Kekik, Kenger, Sığırotu, Ada Soğanı, Adaçayı sayılabilir (Anonim, 2012).

Hayvancılık alanında yöreye has kıl keçisi yanında az sayıda koyun ve inek bulunmaktadır. Keçi sürüleri sahiplerince yılda bir kez bir araya toplanıp şenlik havasında ve ortaklaşa kırkımları yapılmaktadır. Günümüze kadar gelen gelenekselleşmiş 'kırkım şenlikleri' bölgenin kültürel etkinliklerinden sayılmaktadır. Keçi yetiştiriciliğinin en önemli yan ürünleri yöreye has sepet peyniri ve kopanesti peyniri bulunmakta olup halen bu iki ürüne özellikle büyük kentlerden çok talep gelmekte ancak sütün toptancıya verilmesi ve bölgede mandıra olmaması nedeniyle bu talebin karşılanmasında sorun yaşandığı bilinmektedir (Anonim, 2017a). Arıcılık bazı aileler için geçim kaynağı olup Karaburun balı ve poleni doğal olması nedeniyle meraklıları tarafından aranmaktadır. Karaburun Yarımadasının deniz ürünleri doğal ve lezzetli olması bakımından çok aranan ürünlerdir. Özellikle yöreye has kefal türleri ve elde edilen havyarı, çeşitli derin deniz balıkları açısından Karaburun haklı bir üne sahiptir (Anonim, 2012).

Karaburun faunası itibariyle de çok zengin olan karada ve denizlerde çok değişik ve ender hayvan cinslerine rastlanması olası olan ilçelerden bir tanesidir. Başlıca hayvan türleri şunlardır: Tilki, Çakal, Sırtlan, Yaban Domuzu, Vaşak, Porsuk, Tavşan,

Sincap, Kablumbağa, Yılan, Kertenkele, Bukelemun, Geniş Parmaklı Keler, Gelincik, Sansar, Su Samuru, Tarla Faresi, Martı, Kerkenez, Kaya Kartalı, Doğan, Şahin, Atmaca, İshak, Karabatak, Balıkçıl, Keki, Bildircin, Güvercin Kumru, Kukumav, Baykuş, Puhu, Tarlakuşu, Kayabülbülü, Kırlangıç, Ardıçkuşu, Sumru, Karatavuk, Karga, Kuzgun, Serçe, Saka, Ötleğen, Baştankara, Lökeşe, Saksagan, Tepelikuş, Keçi, Koyun ve Arı (Anonim, 2012).

Nesli dünyada tehlike altında bulunan Küçük Kerkenez, Ada martısı, Kaya Kartalı ve Akdeniz Foku Yarımada'da yaşamaktadır (Eken vd., 2006). Nesli dünyada tehlike altında bulunan ve Türkiye'de çok az sayıda (on kadar) üreyen Ada Martısının, Türkiye için kesin olarak bilinen ikinci üreme popülasyonu Karaburun Yarımadası'nda yer almaktadır. İlçenin hemen açıklarındaki Büyük Ada'da yuvalanan bu martının, Türkiye popülasyonunun korunması bölge için önem taşımaktadır (Anonim, 2012). Akdeniz foku ve yaşam alanlarının korunmasına yönelik Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası sözleşmeler mevcuttur. Akdeniz Foku dünyanın en nadir memelileri arasında yer almaktadır. İri bir deniz memelisi olan Akdeniz Foku'nun boyu 2-3 metre, ağırlığı 200-300 kg arasında değişmektedir. Yapılan bilimsel çalışmalar sonucunda kıyılarda en az 50 civarında fok'un yaşadığı tahmin edilmektedir. Yarımada kıyılarında iki önemli üreme mağarası bulunmaktadır. Bunlar; Mordoğan Ayıbalığı Mevkii ve Sarpıncık Köyü Hamzabükü'dür (Anonim, 2012). Akdeniz fokunun Karaburun ilçesi kıyılarında en sık görüldüğü alanlar, Mordoğan Kumburnu, Ayıbalığı Mevkii, İçme Kıyısı, Sasko, Top Ada, Eşendere, Ulucabül, Küçük Ada, Büyük Ada, İskele, Sıraçukur, Tuzluburuni, Kanlıkaya Çakmacık, Yeniliman, Hamzabükü ve Badembükü'dür (Anonim, 2012).

Karaburun Yarımadası'nda birinci derece doğal sit alanları ikinci derece doğal sit alanları ve üçüncü derece doğal sit alanlarının yanı sıra, birinci derece arkeolojik sit alanları bulunmaktadır. Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'nun ilke ve kararları uyarınca Mordoğan mahallesinde Kılıç tepe altı antik taş ocağı 1.derece arkeolojik sit alanlarıdır. Birinci derece arkeolojik sit alanlarında; kesinlikle hiçbir yapılaşmaya izin verilmemekte, birlikte toprağın sürülmesine dayalı tarım ve ağaçlandırma çalışmaları yasaklanmıştır. Yalnızca sınırlı mevsimlik tarımsal

faaliyetlere müsaade edilmektedir. Bu alanlarda bilimsel amaçlı olmayan kazılar da yasaklanmıştır (Anonim, 2012).

#### **4.5.3. Sanayii**

İlçede sanayi sektörü gelişmemiş durumdadır. Taş ocağı, beton santrali gibi birkaç işletme dışında yöreye özgü zeytinyağı işletmeleri ile bakım-onarım ve tamirata yönelik yerel küçük işletmeler bulunmaktadır (Anonim, 2014).

#### **4.5.4. El sanatları**

Karaburun'da 19. yüzyılda önemli bir geçim kaynağı olan ipekçilik, dokumacılık ve keçi kılından kilim dokumacılığı günümüzde tamamen yok olmuştur. Sepet ustaları ise bir kaç tane kalmış, bu gibi sanatlar gençlerin ilgisini çekmemiştir. Son derece özgün olan tel kırma, hesap işi ve karanfil kolye yapımı gibi bölgeye özgü el işleri halen yapılmakta olan el sanatlarıdır. Az sayıda kadın emeğini değerlendirebilecek kooperatiflerin var olmasına rağmen bu konuda önemli bir örgütlenme faaliyetinin olmaması karşın geleneksel el işlerinin kalitesinin çok yüksek olup uygun bir yol haritasıyla ekonomik bir girdi elde edilebilmesi sağlanması için harekete geçilmesi gereklidir (Anonim, 2014).

#### **4.6. Kültürel Etkinlikler**

Karaburun Belediyesi Mordoğan beldesinde Ocak ayında Mordoğan Gece Levrek Avı etkinliği, Mayıs ayında Hıdrellez Şenliği, Denizle Bulaşma Şenliği ve Yöresel Yemekler Festivali (Müesser Aktaş Tarih Evi Bahçesi) , Temmuz ayında Sokak Tiyatroları Festivali kültürel etkinlikleri arasında sayılabilir. Ayrıca Karaburun ilçesinde; Ağustos ayı içinde Karaburun Şenliği, Börklüce Şiir Günleri ve Karaburun'a bağlı Kösedere Mahallesinde Üzüm Festivali, Haziran ayında düzenlenen Kırkım Şenliği (Saip) (Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenmiştir), 17 Eylül Kurtuluş Günü Kutlamaları ve Karaburun'a bağlı Küçükbahçe, Salman ve Parlak muhtarlıkları tarafından Kasım ayı içinde düzenlenen Mandarin Şenlikleri, Aralık ayında Eğlenhoca Mahallesinde Zeytin festivali ve Karaburun Merkez'de Nergis Festivali kutlanan etkinliklerdendir (Anonim, 2018a).

Yerel etkinliklerin düzenlendiği dönemlere bakıldığında turizm sektörünün duraklamaya başladığı Sonbahar ve Kış mevsimlerinde de etkinliklerin düzenlendiği görülmektedir. Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinde kırsal turizme yönelik olarak yapılacak etkinlikler ile kültürel etkinlikleri 12 aya ve 4 mevsime yaymak mümkün olacaktır.

#### **4.7. Araştırma Bölgesinde Faaliyet Gösteren Örgütler**

Örgütlenme ortak yaşama, birlikte hareket etme, işbirliği yapma ve kurumsallaşma olarak tanımlanmaktadır. Bir toplumda örgütlenmenin yaygın ve güçlü olması gelişmişliğin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Rehber, 2009).

Karaburun ilçe merkezi ve Mordoğan beldesinde bulunan dernek ve birlikler aşağıdaki gibidir (Anonim, 2019a):

- Karaburun Köylere Hizmet Götürme Birliği,
- Karaburun Çevre Kültür Turizm Birliği,
- Türk Hava Kurumu Derneği Karaburun Şubesi (01.01.1925),
- Türkiye Kızılay Derneği Karaburun Şubesi (25.07.1983),
- Karaburun Gençler Birliği Spor Kulübü Derneği (16.04.1987),
- Türk Anneler Derneği Karaburun Şubesi (03.04.1990),
- Karaburun Güvenlik Hizmetlerini Geliştirme ve Destekleme Derneği (02.08.1985),
- Karaburun İlçesi Avcılar ve Atıcılar Kulübü Derneği (15.10.1997),
- 3K Kavimler Kapısı Sanat Derneği (2000),
- Karaburun Yarımadası Eko-Turizm Sanat Derneği (09.01.2007),
- Karaburun Gündelik Yaşam, Bilim ve Kültür Derneği (21.04.2008),
- Karaburun Hayvan Severler ve Dostları Derneği,
- Karaburun Dama Sevenler Kültür Derneği (05.03.2013),
- Yarımada Sosyal Sorumluluk Derneği (08.01.2013),
- Bozköy Kültür- Sanat ve Sosyal Gelişim Derneği (16.03.2009),
- Şeyh Bedreddin ve Börklüce Mustafa Kültür Sanat ve Dayanışma Derneği (22.03.2010),

- Küçükbahçe Köyü Avcılar Derneği (30.06.1997),
- Yarımada Doğa Sporları Derneği (10.03.2014),
- Karaburun Müteahhitleri Derneği (06.04.2012),
- Karaburun Güzelleştirme ve Doğayı Koruma Derneği (12.10.2012),
- Karaburun İmam Hatip Yaptırma Yaşatma ve Öğrencilere Yardım Derneği (26.03.2014),
- İncecik Köyü Kalkınma ve Güzelleştirme Derneği (20.01.2010),
- Karaburun Güzelleştirme ve Doğayı Koruma Derneği (12.10.2012),
- Mordoğan Amatör Olta Balıkçıları Derneği (17.01.2011),
- Mordoğan Sosyal Dayanışma Eğitim ve Kültür Vakfı,
- Atatürkçü Düşünce Derneği Mordoğan Şubesi (29.04.1997),
- Türk Anneler Derneği Mordoğan Şubesi,
- Mordoğan Spor Kulübü Derneği (01.02.1989),
- Kösedere Köyü Dayanışma ve Yardımlaşma Derneği (19.12.2005),
- Eğlenhoca Köyü Dayanışma ve Yardımlaşma Derneği (19.07.2006),
- İncecik Köyü Kalkınma ve Güzelleştirme Derneği (20.01.2010).

Kooperatifler; Karaburun ilçesinde 13 adet kooperatif bulunmaktadır. Bunlar; Mordoğan, İncecik, Ambarseki, Saip, Karaburun Merkez, Tepeboz Su Ürünleri Kooperatifleri, Eğlenhoca Sulama, Eğlenhoca Kalkınma, S.S. Karaburun Köyleri Tarımsal Kalkınma, Parlak Sulama, Küçükbahçe -Salman Sulama, Küçükbahçe-Salman Kalkınma, S.S. Mordoğan Çok Amaçlı Üretim ve Pazarlama Kooperatifi'dir. Bunların dışında; Karaburun Sivil İnişiyatif (1997), Karaburun Yerel Fok Komitesi (2000) ve Karaburun Yarımadası Yerel Gündem 21/ Karaburun Kent Konseyi (2002) Yarımada'nın önemli örgütlerindendir (Anonim, 2014).

## **5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA**

Bu bölümde Mordoğan beldesine bağlı Mordoğan Merkez, Çatalkaya ve Ardiç mahallelerinde ikamet eden yerel halk ve çiftçiler ile yapılan yüz yüze anket çalışmasının ve kırsal turizm paydaşları ile yapılan görüşmelerin sonuçları verilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler; çiftçilerden elde edilen verilerin analizi, yerel halktan elde edilen verilerin analizi, yörenin kırsal turizm potansiyeline ilişkin yerel halkın ve çiftçilerin görüşlerine dair bulgular ile yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarına ilişkin faktör analizi olmak üzere dört başlıkta toplanmıştır. Ayrıca sosyo-demografik özelliklerine göre yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarının belirlenmesi, kırsal turizm paydaşları ile yapılan görüşmelere ait bulgular ve kırsal turizm algılarının PESTEL Analizi ile yorumlanması alt başlıkları ile araştırma bulguları toplamda yedi başlık üzerinde değerlendirilmiştir.

### **5.1. Çiftçilerden Elde Edilen Araştırma Verilerinin Analizi**

#### **5.1.1. Çiftçilerin sosyo- demografik özellikleri**

Araştırmanın bu bölümünde araştırmaya katılan çiftçilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin yüzde-frekans dağılımları yer almaktadır. Sosyo-demografik özellikler özellikle farklılıkları tespit etmek amacıyla yapılacak olan diğer analizlerde önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Anket yapılacak çiftçi sayısı Tarım ve Orman Bakanlığı bilgi sistemine kayıtlı 77 çiftçi olarak belirlenmiş olup görüşülen çiftçilerin % 16'sının tarım faaliyetleri ile uğraşmayı bıraktığı saptanmış ve çalışma kapsamında 65 çiftçi ile yapılan görüşmeler değerlendirilmeye alınmıştır.

Görüşülen çiftçilerin demografik özellikleri incelendiğinde % 82'si erkek ve % 18'i kadındır. Yaş gruplarına göre çiftçilerin % 63'ünün 41-63 yaş grubunda, % 22'sinin 18-40 yaş grubunda ve % 15'inin 64 ve üzeri yaş grubunda yer aldığı saptanmıştır. Çiftçilerin medeni durumuna göre % 95'i evli ve % 5'i ise bekâr olduğu belirlenmiştir.

Çiftçilerin % 5'i sadece okuma yazma bilen, % 55'i ilköğretim, % 17'si ortaokul, % 20'si lise ve % 3'ü üniversite seviyesinde eğitime sahiptir. Çiftçilerin sahip olduğu

çocuk sayısı incelendiğinde % 20'sinin tek çocuklu, % 40'ının iki çocuklu, % 35'inin üç ve üzeri sayıda çocuğu olduğu ve % 5'inin çocuğunun olmadığı saptanmıştır. Çiftçilerin % 2'sinin yalnız yaşadığı, % 49'unun 2-3 kişi ve % 49'unun 4 ve üzeri kişilik hanede yaşadığı belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan çiftçilerin meslek gruplarına bakıldığında % 58'inin sadece çiftçilik faaliyetleri ile uğraştığı, % 2'sinin hem çiftçilik faaliyeti hem memur olduğu ve % 40'ının hem çiftçilik faaliyeti hem serbest meslek faaliyeti ile uğraştığı görülmüştür. Çiftçilerin yıllık gelir durumlarına bakıldığında % 16'sının 0-20.000TL, % 31'inin 20.001-40.000 TL, % 54'ünün 40.001 TL ve üzeri gelir elde ettiği tespit edilmiştir. Mordoğan beldesinde ikamet etme süreleri incelendiğinde; % 66'sının 20 yıl ve üzeri süre, % 11'inin 11-20 yıl, % 15'inin 6-10 yıl, % 5'inin 1-5 yıl ve % 3'ünün 1 yıldan az süre ikamet ettiği belirlenmiştir. Oturdukları evlerin mülkiyet durumlarına göre görüşülen çiftçilerin % 86'sının oturdukları evlerin kendilerine ait olduğu, % 9'unun kirada oturduğu ve % 5'inin de tanıdıkları eş-dost-akraba evinde ikamet ettikleri belirlenmiştir.

Görüşülen tüm çiftçilerin sosyal güvencesinin olduğu tespit edilmiştir. Çiftçilerin % 42'sinin emekli ve % 58'inin emekli olmadığı belirlenmiştir. Görüşülen çiftçilerin % 72'si tarım dışı gelir elde ettiğini ve tarım faaliyetleri sonucunda elde ettikleri gelirlerin yanında serbest meslek geliri (% 40'ı), konut kira geliri (% 5'ü), devlet memur maaşı (% 1'i) ve emekli geliri (% 26'sı) olarak ek gelir kazandıklarını belirtmişlerdir. Çiftçilerin emekli olma oranının yüksek çıkmasını, görüşülen çiftçilerin tarım dışı gelir elde etme oranının da yüksek çıkması ile ilişkilendirilebilir. Bu durumda tarım dışı gelir elde eden çiftçilerin emeklilik için gerekli olan sigorta ödemelerini daha rahat ödediği düşünülmektedir. Çizelge 5.1.'de çiftçilerin demografik özellikleri gösterilmektedir.



Çizelge 5.1. Çiftçilerin sosyo-demografik özellikleri

<b>Yaş dilimleri</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Mordoğan beldesinde ikamet etme süreleri</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
18-40	14	21,5	1 yıldan az	2	3,1
41-63	41	63,1	1-5 yıl	3	4,6
64 ve üzeri	10	15,4	6-10 yıl	10	15,4
Toplam	65	100,0	11-20 yıl	7	10,8
<b>Cinsiyet</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	20 yıl ve üzeri	43	66,2
Kadın	53	81,5	Toplam	65	100,0
Erkek	12	18,5	<b>Hane halkı sayısı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Toplam	65	100,0	Yalnız yaşayanlar	1	1,5
<b>Eğitim düzeyi</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	2 veya 3 kişi yaşayanlar	32	49,2
Okur-yazar	3	4,6	4 ve daha fazla kişi yaşayanlar	32	49,2
İlkokul	36	55,4	Toplam	65	100,0
Ortaokul	11	16,9	<b>Sosyal güvence</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Lise	13	20,0	Var	65	100,0
Üniversite (Önlisans, Lisans ve Lisansüstü)	2	3,1	Yok	0	0,0
Toplam	65	100,0	Toplam	65	65,0
<b>Medeni durumları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Emeklilik durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evli	62	95,4	Emekli	27	41,5
Evli olmayan	3	4,6	Emekli olmayan	38	58,5
Toplam	65	100,0	Toplam	65	100,0
<b>Çocuk sayısı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Meslek grupları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Çocuğu olmayan	3	4,6	Çiftçi ve memur	1	1,5
Tek çocuklu	13	20,0	Çiftçi ve serbest meslek/esnaf	26	40,0
İki çocuklu	26	40,0	Çiftçi	38	58,5
Üç ve daha fazla çocuklu	23	35,4	Toplam	65	100,0
Toplam	65	100,0	<b>Mülkiyet durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Yıllık gelir</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	Kira	6	9,2
0-20.000	10	15,4	Tanıdığım evi	3	4,6
20.001-40.000	20	30,8	Kendi evi	56	86,2
40.001+	35	53,8	Toplam	65	100,0
Toplam	65	100,0			

Çiftçilerin % 8'i yabancı dil bildiklerini ifade etmiştir (Çizelge 5.2). Günümüzde artık herkesin teknolojiye rahat erişiyor olmasının etkisiyle görüşülen çiftçilerin % 58'i interneti aktif olarak kullanmaktadır ve bu durum beklenmedik bir durum değildir. Çiftçilere internet kullanım amaçları sorulduğunda, birden fazla amaç için interneti kullandıkları saptanmış olup çoğunluğun sırasıyla iletişim kurabilmek, haber alma ve alışveriş amacıyla kullandıkları belirlenmiştir (Çizelge 5.3). Görüşülen

çiftçilerin interneti iletişim kurmak, haber alma ve alışveriş amacıyla kullanıyor olmaları; herhangi bir yeniliği duyma, tarıma verilen destekler hakkında bilgi sahibi olabilme ve bunlara bağlı kırsal turizm ile ilgili daha iyi bilgi alabilme yetilerinin olduğunu düşündürmektedir.

Çizelge 5.2. Çiftçilerin yabancı dil bilme durumu

Durum	N	%
Biliyor	5	7,7
Bilmiyor	60	92,3
Toplam	65	100

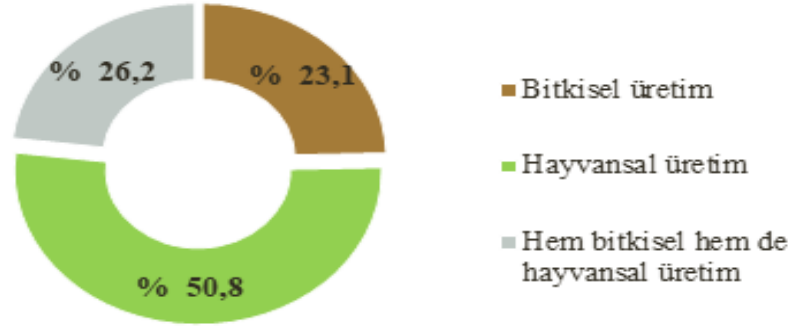
Çizelge 5.3. Çiftçilerin internet kullanma durumu ve kullanım amaçları

İnternet kullanma durumu	N	%
Kullanıyor	38	58,5
Kullanmıyor	27	41,5
Toplam	65	100,0
Amaçlar	N*	%
İletişim (e-posta)	37	56,9
Alışveriş	23	35,4
Eğitim amaçlı araştırma	12	18,5
Bankacılık işlemleri	21	32,3
Haber alma	29	44,6
Oyun/ eğlence	8	12,3
Sosyalleşme (chat, arkadaşlık siteleri)	7	10,8
Diğer	2	3,1

\*Birden fazla tercih yapılmıştır.

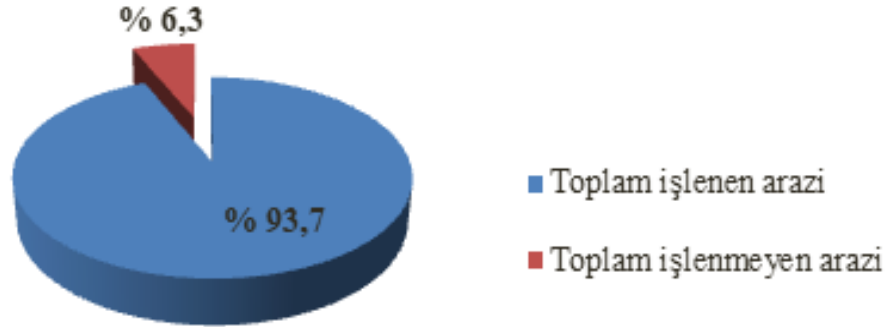
### 5.1.2. Çiftçilerin işletmelerine ait özellikler

Araştırmanın bu bölümünde görüşülen çiftçilerin işletmelerine ait özellikleri ve bitkisel ve hayvancılık faaliyetleri ile ilgili sorunları hakkında bilgiler verilmiştir.



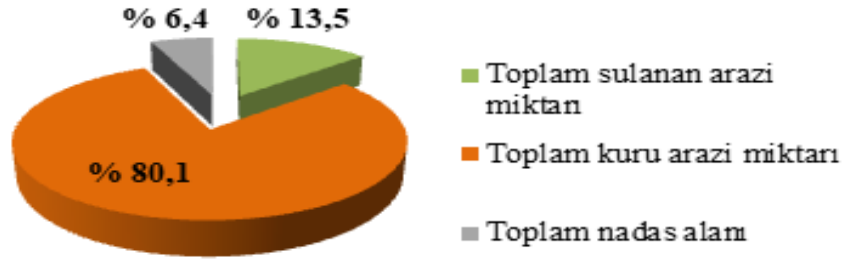
Şekil 5.1. Çiftçilerin üretim faaliyetlerine göre dağılım

Görüşülen çiftçilerin % 51'inin sadece hayvansal üretim, % 24'ünün sadece bitkisel üretim ve % 26'sının hem bitkisel hem hayvansal üretim faaliyeti ile uğraştıkları belirlenmiş ve sonuçlar Şekil 5.1.'de verilmiştir.

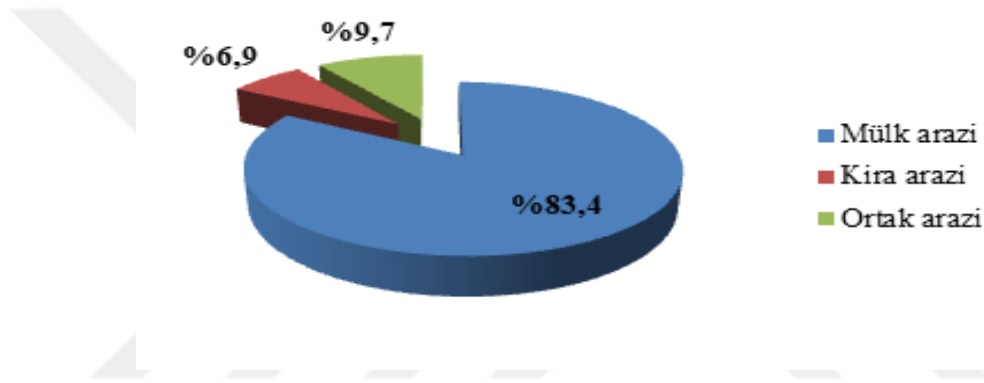


Şekil 5.2. Çiftçilerin arazi kullanım durumu

Yapılan anket çalışmasında görüşülen çiftçilerin toplam işletme arazileri 361,8 dekar olup % 94'ünün işlenen % 6'sının işlenmeyen araziden oluştuğu belirlenmiştir (Şekil 5.2).



Şekil 5.3. Çiftçilerin arazi sulama durumu



Şekil 5.4. Çiftçilerin arazilerinin mülkiyet durumu

Çiftçilerin sahip oldukları toplam arazinin % 14'ünün sulanan arazi, % 80'inin kuru arazi ve % 6'sının nadasa bırakılan arazi olduğu (Şekil 5.3); işledikleri arazilerin % 83'ünün mülk, % 7'sinin kira ve % 10'unun ortak araziden oluştuğu belirlenmiştir (Şekil 5.4).

Çalışmada toplam işlenen arazinin % 46'sında yağlık zeytin yetiştirildiği belirlenmiştir. Görüşülen çiftçilerin birden fazla bitkisel ürün yetiştirdiği gözlenmiştir. Araştırma sahasında çiftçiler tarafından yetiştirilen diğer bitkisel ürünler ise üzüm, elma, domates, biber, patlıcan, yonca, mandalina, limon, portakal ve nardır. Çizelge 5.4' de bitkisel üretim faaliyetiyle uğraşan çiftçilerin yetiştirdikleri ürünlerin alanlarına ait veriler verilmiştir. Mordoğan beldesinde görüşülen çiftçilerin en çok ürettiği ürün olan yağlık zeytin ürününün toplam alanı 284,8 dekadır.

Çizelge 5.4. Çiftçilerin yetiştirdikleri bitkisel ürünler ile ilgili bilgiler

Yetiştirilen ürünler	N*	%	Alan (da)	%
Zeytin (yağlık)	30	46,2	284,8	84,1
Üzüm	2	3,1	7	2,1
Elma	1	1,5	5	1,5
Domates	2	3,1	6	1,8
Biber	2	3,1	7	2,1
Patlıcan	2	3,1	7	2,1
Yonca	1	1,5	3	0,9
Mandalina	1	1,5	2	0,6
Nar	1	1,5	4	1,2
Portakal	2	3,1	7	2,1
Limon	2	3,1	6	1,8
Toplam			338,8	100,0

\*Birden fazla tercih edilmiştir.

Nergisin anayurdu olarak bilinen Karaburun ilçesinde sırasıyla Bozköy, Tepeboz, Karaburun Merkez, Mordoğan, Saip, Hassaki ve İncik mahallelerinde nergis üretimi yapılmaktadır. Mordoğan beldesinde nergis yetiştiriciliği giderek azalmış ve yapılan çalışmada da nergis üretimi yapan çiftçiye rastlanılmamıştır. Çiftçiler nergis üretiminde en önemli sorunun nematod ve köstebek olduğunu belirtmiştir. Çiftçiler eskiden nergis yetiştirdikleri arazilerde şu anda; sebze, meyve ve zeytin üretimi yapmakta olduklarını belirtmişlerdir.

Karaburun Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü yetkilileri nergisin coğrafi işaretini alması için Ekim 2016'da Türk Patent Enstitüsüne başvuruda bulunmuştur. Türkiye'de coğrafi işaret tescili almış tarım ürünleri içerisinde yer alan Karaburun Nergisi, İzmir başta olmak üzere tüm dünyaya güzel kokulu çiçeklerinin kooperatifler aracılığıyla satılarak, Karaburun üreticilerine daha çok para kazandırılmaktadır (Pektaş vd., 2018; Anonim, 2017b).

Karaburun ilçesi eski belediye başkanı kimya mühendisi Serdar Yasa, 2008 yılında nergis çiçeğinden esansiyel yağ elde etme fikrini ortaya koymuştur. Esansiyel yağ elde etmek için yapılan çalışmalar ile nergisin yağını çıkarmanın mümkün olacağını, dolayısıyla kozmetik alanında değerlendirilerek çiçekten çok daha yüksek gelir elde edebileceklerini düşünmüşlerdir. Nergisten esansiyel dediğimiz, kozmetik ve ilaç sanayinde kullanılan oldukça pahalı olan bu yağ elde edilmiştir. Elde edilen nergis

yağına ilişkin “Kar marjı oldukça yüksek bir ürün olarak kozmetik sanayisinde kullanılacağı gibi ilaç sanayisinde de kullanılabileceğini bilinmektedir. Dünyanın en pahalı birkaç esansiyel yağından biridir (Anonim, 2017b).

Görüşülen çiftçilerin % 57’sinin küçükbaş hayvancılığı, % 15’inin büyükbaş hayvancılığı, % 26’sının ise kümes hayvancılığı ve % 3’ünün balıkçılık faaliyeti ile uğraştığı belirlenmiştir. Çiftçilerin toplam hayvan varlığı 3833 adet olduğu ve çiftçilerin % 47’sinde küçükbaş hayvan, % 11’inde kümes hayvan ve % 2’sinde büyükbaş hayvan varlığı olduğu belirlenmiştir. Mordoğan beldesinde küçükbaş hayvancılığın daha fazla yapıldığı tespit edilmiştir (Çizelge 5.5). Mordoğan beldesinde görüşülen çiftçiler Çatalkaya, Ardıç plajı ve Ayıbalığı kayalıklarının balıkçılık faaliyetleri için en meşhur yerler olduğunu belirtmiştir. Balıkçılık faaliyeti ile uğraşan çiftçilerin hayvan varlıklarına ait bilgi sahibi olunamamıştır (Çizelge 5.6). Çizelge 5.5’de çiftçilerin hayvansal üretim yapma durumları ve Çizelge 5.6’da hayvan varlıkları ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Çizelge 5.5. Çiftçilerin hayvansal üretim yapma durumları

Faaliyet	N*	%
Küçükbaş hayvan	37	56,9
Büyükbaş hayvan	10	15,4
Kümes hayvanı	17	26,2
Balıkçılık- su ürünleri	2	3,1

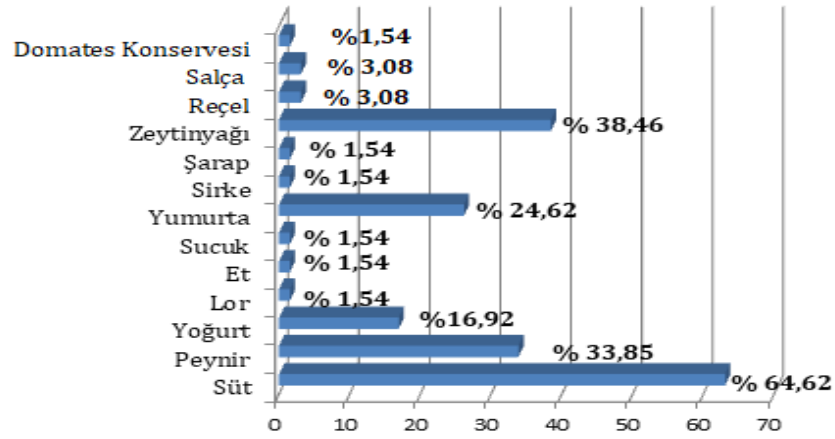
\*Birden fazla tercih yapılmıştır.

Çizelge 5.6. Çiftçilerin hayvan varlıkları

Faaliyet	N	%
Küçükbaş hayvan	3055	47,0
Büyükbaş hayvan	91	1,4
Kümes hayvanı	687	10,6
Toplam	3833	59,0

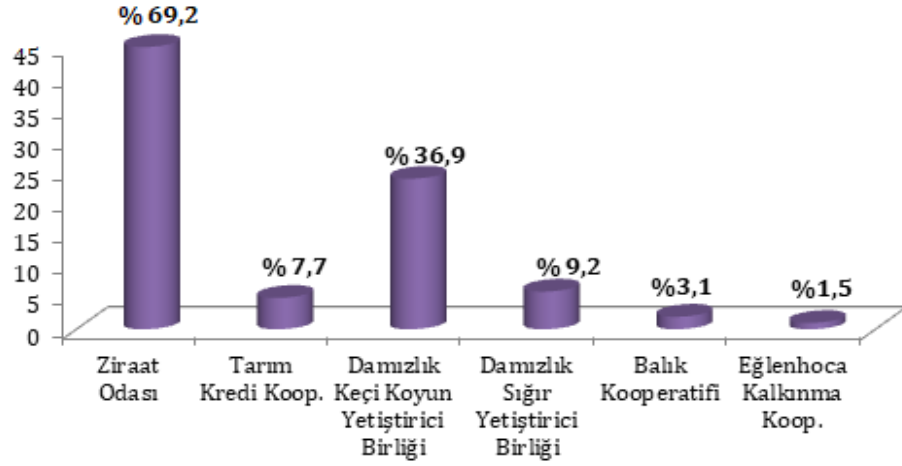
Araştırma kapsamında görüşülen işletmelerin % 92’si tarımsal faaliyetleri sonucunda elde ettikleri ürünleri ev ortamında ve ilgili yerlere vererek, ürünlerin işlenmesiyle elde edilen ürünleri aile tüketimleri için ayırmakta ve pazar ürünü olarak piyasaya sunmaktadır. Mordoğan beldesinde hayvansal üretimin daha yaygın olarak yapılması araştırma alanında hayvansal ürünlerin işlenip pazara sunulmasına olanak

sağlamıştır. Karaburun ilçesi ve Mordoğan beldesinde Kopanisti Peyniri ün yapmış bir üründür. Yöresel ve geleneksel özellik taşıyan bu peynir, özellikle Çeşme, Karaburun Yarımadasında ve Egedeki Yunan Adalarında rastlanan bir peynir çeşididir. Kopanisti peyniri daha fazla el emeği ve özel bir beceri gerektirmekte, tadının acı olması ve ağır aromasıyla daha çok yerel tüketime yönelik bir gıda türü özelliği taşımaktadır. Önen tarafından yapılan araştırma ile Kopanisti peynirinin, Rumlarla Türklerin kültürel etkileşiminin bir ürünü olarak karşımıza çıktığı, Türklerin kopanisti yapımını Rumlardan öğrendiği, İsminin Rumca olması ve Yunan Adalarında (Samos/Sisam, Hios/Sakız, Mikanos vb.) daha geniş alanda yer aldığı belirtilmiştir (Önen, 2017).



Şekil 5.5. İşlenen ve elde edilen tarımsal ürünlerin dağılımı

Görüşülen çiftçilerin % 65'inin süt elde ettiği ve elde ettiği sütü ev ortamında işleyerek peynir (% 34), yoğurt (% 17), lor (% 2) yaptığı; çiftçilerin % 25'inin yumurta elde ettiği; % 2'sinin hayvanların kesiminden elde ettiği eti sucuk olarak değerlendirdiği, % 2'sinin direk et satışı yaptığı ve % 27'sinin kurban bayramında canlı hayvan satışı yaptığı tespit edilmiştir. Çiftçilerin % 38'inin elde ettikleri zeytini işleyerek zeytinyağı elde ettiği, % 3'ünün reçel, % 3'ünün salça, % 3'ünün sirke, % 2'sinin domates konservesi ve % 1'inin şarap yaptığı saptanmıştır (Şekil 5.5). Beldede kırsal turizmin gelişmesi ile belde insanların ev ortamında doğal ürünleri üretip satabilmelerine imkân sağlayan daha fazla pazar bulacakları düşünülmektedir.



Şekil 5.6. Çiftçilerin üye oldukları örgütlere göre dağılımı

Araştırma kapsamında görüşülen çiftçilerin % 82'sinin tarım kredisi kullanmadığı belirlenmiştir. Çiftçilerin % 86'sının çiftçi örgütlerine üye olduğu saptanmıştır. Görüşülen çiftçilerin % 69'unun Ziraat Odası'na, % 37'sinin Damızlık Keçi-Koyun Yetiştiriciliği Birliği'ne, % 9'unun Damızlık Sığır Yetiştiriciliği Birliği'ne, % 8'inin Tarım Kredi Kooperatiflerine, % 3'ününün Balık Kooperatifi'ne ve % 2'sinin ise Eğlenhoca Kalkınma Kooperatifine üye olduğu belirlenmiştir (Şekil 5.6). Görüşülen çiftçilerin aynı anda birden fazla çiftçi örgütüne üye oldukları gözlenmiştir.

Görüşülen çiftçilerin % 71'i aile dışında iş gücünden yararlanarak üretim faaliyetini gerçekleştirirken, aile dışı iş gücünü % 18'i akrabalarından, % 9'u yöredeki üreticilerden ve % 2'si ise diğer il ve ilçelerden gelen işçilerden temin etmektedir. Görüşülen çiftçilerin % 51'i 2 kişi, % 14'ü 3 kişi, % 17'si 4 ve üzeri kişi, % 18'i ise tek başına çalışarak tarımsal faaliyetleri yürütmektedir.

Görüşülen çiftçilerin işletmelerindeki konutlarla ilgili bilgileri Çizelge 5.2.7'de verilmiştir. Buna göre işletmelerin % 45'inin betonarme konuta sahip oldukları ve konut büyüklüklerinin 20 ila 190 m<sup>2</sup> arasında değiştiği belirlenmiştir. İşletmelerin ortalama betonarme konut büyüklüğünün 32,78 m<sup>2</sup> ve oda sayıları da 1 ila 4 arasında değişmektedir. İşletmelerin % 8'inin prefabrik konuta sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu konutların ortalama büyüklüğü 35,11 m<sup>2</sup> olup, 15 ila 96 m<sup>2</sup> arasında değişmektedir. Prefabrik konutların oda sayısı da 1 ila 3 arasındadır. Geriye kalan işletmelerde ise (% 47,7) herhangi bir konut bulunmamaktadır (Çizelge 5.7).



Betornarme konuta sahip işletmelerin % 14'ünde ve prefabrik konuta sahip işletmelerin % 2'sinde misafir odası bulunmaktadır.

Çizelge 5.7. Çiftçilerin işletmelerindeki konutlarla ilgili bilgileri

Konut İle İlgili Bilgiler	N	%	Min.	Mak.	Ort.	Standart Sapma
Betornarme konut m <sup>2</sup>	29	44,6	20	190	32,78	45,34
Betornarme oda sayısı	29	44,6	1	4	0,89	1,14
Prefabrik konut m <sup>2</sup>	5	7,7	15	96	35,11	42,96
Prefabrik oda sayısı	5	7,7	1	3	0,95	1,08

Mordoğan beldesinde görüşülen çiftçilerin tarımsal faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları sorunların neler olduğu sorulduğunda, % 55'i girdi fiyatlarının fazla olduğunu, % 34'ü yörede örgütlenme eksikliğinin olduğunu, % 17'si ise ürünlerin satılabileceği pazarı bulmakta sıkıntı yaşadıklarını ve % 15'i mera alanlarının giderek azaldığını belirtmiştir (Çizelge 5.8).

Çizelge 5.8. Çiftçilerin tarımsal üretimde karşılaştıkları sorunlar

Tarımsal üretim sorunları	N*	%
Girdi fiyatların fazla olması (mazot fiyatı, gübre fiyatları, yem fiyatları)	36	55,4
Pazar bulmakta yaşanan sıkıntılar	11	16,9
Devlet desteklerinin yetersiz olması	7	10,8
Örgütlenme eksikliği	22	33,8
Mera alanlarının olmaması/azalması	10	15,4
Ar-Ge eksikliği	1	1,5
Tarımsal işletmede çalışmak isteyen insanların olmaması	2	3,1
Belediyenin yaşam alanı dışında hayvancılığın yapılmasına yönlendirmesi	8	12,3
Bilgilendirilme eksikliği	5	7,7

\*Birden fazla ürün tercih edilmiştir.

Kırsal turizm ile düzenlenecek günü birlik, haftalık, aylık geziler sayesinde yöreye gelen turistlerin yörede yetiştirilen ürünleri satın almasıyla ürünlerin pazarlama sıkıntısının ortadan kalkabileceği düşünülmektedir. Ayrıca yöreye gelen turistlerin tarım faaliyetlerine olan ilgilerinin çiftçiler tarafından kazanç sağlanabilecek durumlara dönüşmesi ile küçükbaş hayvanlar için mera alanlarının artırılması konusunda ilgili kurumların çalışmalar yürüteceği düşünülmektedir.

Kırsal turizm ile düzenlenecek günü birlik, haftalık, aylık geziler sayesinde yöreye gelen turistlerin yörede yetiştirilen ürünleri satın almasıyla ürünlerin pazarlama sıkıntısının ortadan kalkabilecek ve yöreye gelen turistlerin tarım faaliyetlerine olan ilgilerinin çiftçiler tarafından kazanç sağlanabilecek durumlara dönüşmesi ile küçükbaş hayvanlar için mera alanlarının artırılması konusunda ilgili kurumların çalışmalar yürüteceği düşünülmektedir.

## **5.2. Yerel Halktan Elde Edilen Araştırma Verilerinin Analizi**

Yerel halkın demografik özellikleri incelendiğinde % 36'sı erkek, % 54'ü kadındır. Yaşları değerlendirildiğinde; % 43'ü 41-63 yaş, % 36'ı 18-40 yaş, % 21,36'sı ise 64 ve üzeri yaş grubundadır. % 73'ü evli, % 27'sinin evli olmadığı ve evli olmayan % 27 'lik kısmın % 8'inin boşandığı belirlenmiştir.

Yerel halkın % 32'si ilköğretim, % 12'si ortaokul, % 36'sı lise ve % 20'si ise üniversite seviyesinde eğitime sahiptir. Yerel halkın sahip olduğu çocuk sayısı incelendiğinde % 35'inin 2 çocuklu, % 18'inin tek çocuklu, % 8'inin 3 çocuklu, % 13'ünün 3 ve üzeri sayıda çocuğu olduğu ve % 34'ünün ise çocuğunun olmadığı saptanmıştır. Yerel halkın % 9'unun yalnız yaşadığı, % 67'si 2-3 kişi ve % 24'ünün 4 ve üzeri olarak bir hanede yaşadığı belirlenmiştir.

Sosyal güvence durumları incelendiğinde yerel halkın % 84'ünün sosyal güvencesi olduğu ve % 16'sının ise herhangi bir güvencesinin olmadığı belirlenmiştir. Yerel halkın % 37'sinin emekli % 63'ünün emekli olmadığı saptanmıştır. Araştırmaya katılan yerel halkın meslek gruplarına bakıldığında % 2'sinin mesleği olmadığı ve eğitimlerine devam ettiği, % 5'inin memur, % 19'unun ev hanımı ve % 74'ünün serbest meslek ile uğraştığı belirlenmiştir. Yıllık gelir düzeyi incelendiğinde ise; % 49'unun 0-20.000 TL, % 36'sı 20.001-40.000 TL , % 15'i 40.001 TL ve üzeri gelir elde ettiği tespit edilmiştir.

Mordoğan beldesinde ikamet etme süreleri incelendiğinde; % 31'inin doğduğundan beri, % 25'inin 20 yıldan fazla, % 15'inin 6-10 yıl, % 13'ünün 1-5 yıl ve % 5'inin 1 yıldan az süre ikamet ettiği belirlenmiştir. Oturdukları evlerin mülkiyet durumlarına göre yerel halkın % 64'ünün oturdukları evlerin kendilerine ait olduğu, % 25'inin

kirada oturduğu ve % 11'inin de tanıdıkları eş-dost-akraba evinde ikamet ettikleri tespit edilmiştir. Çizelge 5.9' da yerel halkın sosyo-demografik özellikleri gösterilmektedir.

Çizelge 5.9. Yerel halkın sosyo-demografik özellikleri

Yaş grupları	N	%	Mordoğan beldesinde ikamet etme süreleri	N	%
18-40	37	35,9	1 yıldan az	5	4,9
41-63	44	42,7	1-5 yıl	13	12,6
64 ve üzeri	22	21,4	6-10 yıl	15	14,6
Toplam	103	100,0	11-20 yıl	12	11,7
<b>Cinsiyet</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	20 yıl ve üzeri	58	56,3
Kadın	56	54,4	Toplam	103	100,0
Erkek	47	45,6	<b>Hane halkı sayısı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Toplam	103	100,0	Yalnız yaşayanlar	9	8,7
<b>Eğitim düzeyi</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	2 veya 3 kişi yaşayanlar	69	67,0
İlköğretim	33	32,0	4 ve daha fazla kişi yaşayanlar	25	24,3
Ortaöğretim	12	11,7	Toplam	103	100,0
Lise	37	35,9	<b>Sosyal güvence</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Üniversite (önlisans, lisans ve lisansüstü)	21	20,4	Var	87	84,5
Toplam	103	100,0	Yok	16	15,5
<b>Medeni durumları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	Toplam	103	100,0
Evli	75	72,8	<b>Emeklilik durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evli olmayan	28	27,2	Emekli	38	36,9
Toplam	103	100,0	Emekli olmayan	65	63,1
<b>Çocuk sayısı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	Toplam	103	100,0
Çocuğu olmayan	35	34	<b>Mülkiyet durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Tek çocuklu	19	18,4	Kira	26	25,2
İki çocuklu	36	35,0	Tanıdığı evi	11	10,7
Üç ve daha fazla çocuklu	13	12,6	Kendi evi	66	64,1
Toplam	103	100,0	Toplam	103	100,0
<b>Meslek grupları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Yıllık gelir</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Ev hanımı	20	19,4	0-20.000	51	49,5
Serbest meslek/esnaf	76	73,8	20.001-40.000	37	35,9
Memur	5	4,9	40.001+	15	14,6
Mesleği olmayan (öğrenci)	2	1,9	Toplam	103	100,0
Toplam	103	100,0			

Görüşülen yerel halkın, ilkokul ve lise mezunu oranları birbirine yakınken, çiftçilerin ilkokul mezunu oranı daha yüksektir. Çiftçilerin eğitim düzeyleri çiftçi olmayan yerel halk ile karşılaştırıldığında, çiftçilerin baba mesleklerini devam ettirmek istemeleri sebebiyle eğitime pek önem vermediği düşünülmektedir. Çiftçilerin

boşanma oranının diğer sektörlerde çalışan yerel halka göre daha düşük olması, aile yapılarının daha sağlam olduğunu göstermektedir. Kırsal kesimde yaşayan ve çiftçi olan kadın ve erkeklerin sosyo-ekonomik açıdan birbirlerine daha bağlı olduğu düşünülmektedir. Yapılan araştırmada görüşülen yerel halk ve çiftçilerin çocuk sayıları dikkate alındığında çiftçilerin daha fazla çocuk sahibi olma eğiliminde olduğu saptanmıştır. Bunun nedeni olarak çiftçilerde eğitim ve bilinçlendirilme düzeylerinin daha düşük olması gösterilebilir. Mordoğan beldesinde görüşülen yerel halkın ve çiftçilerin genellikle bir hane içerisinde 2 veya 3 kişi olarak yaşadığı ve buna karşın çiftçilerin % 49'unun 4 ve daha fazla kişi olarak bir arada yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çiftçilerin çocuk sayılarının daha fazla olması ve aile bağlarının daha sağlam olması hane halkı sayısının fazla olmasında etkilidir. Yerel halkın % 25'i yabancı dil bildiğini ve % 83'ü interneti aktif olarak birden fazla amaç için kullandıklarını ifade etmiştir (Çizelge 5.10). Yerel halkın interneti sırasıyla iletişim kurabilmek, gündemden haber almak, alışveriş, eğitim amaçlı araştırma ve bankacılık işlemleri için kullandıkları belirlenmiştir (Çizelge 5.11).

Çizelge 5.10. Yerel halkın yabancı dil bilme durumu

Durum	N	%
Biliyor	26	25,2
Bilmiyor	77	74,8
Toplam	103	100,0

Çizelge 5.11. Yerel halkın internet kullanma durumu ve kullanım amaçları

İnternet kullanma durumu	N	%
Kullanıyor	85	82,5
Kullanmıyor	18	17,5
Toplam	103	100,0
Amaçlar	N*	%
İletişim (e-posta)	65	63,1
Alışveriş	40	38,8
Eğitim amaçlı araştırma	38	36,9
Bankacılık işlemleri	33	32,0
Haber alma	47	45,6
Oyun/ eğlence	24	23,3
Sosyalleşme (chat, arkadaşlık siteleri)	26	25,2
Diğer	4	3,9

\*Birden fazla tercih yapılmıştır.

### 5.3. Yörenin Kırsal Turizm Potansiyeline İlişkin Yerel Halkın ve Çiftçilerin Görüşlerine Dair Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde görüşülen yerel halkın ve çiftçilerin beldedeki kırsal turizm potansiyeline yönelik sorulara verdikleri cevapların frekans dağılımları yer almaktadır.

Görüşülen çiftçilerin % 8'i turizmden gelir elde ettiği, % 3'ü kısmen gelir ettiği ve % 89'u ise turizmden gelir elde etmediği belirlenmiştir (Çizelge 5.12). Turizmden gelir elde eden çiftçiler; zeytinyağı, şarap, peynir ve reçel ürünlerini yöreye gelen az sayıdaki turistlerin satın almasıyla gelir elde ettiğini belirtmiştir.

Çizelge 5.12. Çiftçilerin turizmden gelir elde etme ve durumları

<b>Turizm geliri elde etme durumları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	5	7,7
Hayır	58	89,2
Kısmen	2	3,1
Toplam	65	100,0

Tekirdağ ilindeki bir çalışmada üreticilerin % 91,5'i üretim sezonunda salça üretimi, % 92,4'ü turşu ve % 87,3'ü tarhana, % 83,1'i erişte, % 70,3'ü pekmez ve % 56,8'i konserve gibi ürünleri üretmektedir (Gümüş, 2015). Çalışmanın yapıldığı bölgede peynir ve pekmez üreten üreticilerin % 5,9 ve % 5,1'i tarafından satışa sunulduğu ve diğer ürünlerde (tarhana, salça, bal, erişte, yoğurt, konserve, turşu, kurutulmuş sebze meyve (konserve), reçel) ise bu oranın % 3 ve altında kaldığı belirlenmiştir. Tekirdağ ilinde görüşülmüş üreticilerde olduğu gibi Mordoğan beldesinde görüşülen çiftçilerin ev ortamında ürettikleri ürünleri turizm kapsamında sunmaya istekli olduğu sonucuna varılmıştır.

Görüşülen çiftçilerin % 89'unun işletmelerine turizm ya da gezi amaçlı ziyaretçi kabul edebileceği tespit edilmiştir (Çizelge 5.13). Çiftçilerin % 89'unun Mordoğan beldesine gelen turistlere tarım ve bölgeye özgü geleneksel işler hakkında bilgi verip tecrübelerini paylaşmak istediği belirlenmiştir. Çiftçilerin % 89'unun tarımsal üretimlerinde turistlerin yardım etmelerini kabul edebilecekleri saptanmıştır.

Çizelge 5.13. Çiftçilerin ziyaretçi kabul etme durumları

<b>Ziyaretçi kabul etme durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Kabul eder	58	89,2
Kabul etmez	7	10,8
Toplam	65	100,0

Tekirdağ ilinde yerel halkın tarım turizmine bakış açısının incelendiği tez çalışmasında 118 üretici ile görüşülmüş ve üreticilerin % 56,8'i işletmelerine ziyaretçi kabul edebilecekleri ve % 43,2'sinin işletmelerine ziyaretçi kabul etmek istemedikleri saptanmıştır (Gümüş, 2015). Tekirdağ ili kapsamında görüşülen üreticiler ile Mordoğan beldesinde görüşülen çiftçilerin ziyaretçi kabul etme oranlarının yüksek çıkması kırsal turizm konusunda istekli olduklarını ortaya koymaktadır.

Görüşülen yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi ifade etme durumları incelendiğinde ankete katılan tüm katılımcıların % 34'ü ekonomiyi geliştiren bir faaliyet olduğunu, % 20'si kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet olduğunu ve % 17'si ise insanları kaynaştıran bir faaliyet olduğunu belirtmiştir. Kırsal turizm yerel halkın ve çiftçilerin tanımladığı gibi öncelikle ekonomiyi geliştiren, başka illerden başka ülkelerden gelen turistler ile kaynaşarak onların kültürlerini de tanımayı sağlayan, beldeye gelir getirecek olan, doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyarak gelecek kuşaklarında bu değerlerden kazanç sağlamasını sağlayan turizm çeşididir (Çizelge 5.14).

Çizelge 5.14. Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizmi tanımlamaları

<b>İfadeler</b>	<b>Yerel Halk</b>		<b>Çiftçi</b>		<b>Toplam</b>	
	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet	33	32,0	24	36,9	57	33,9
Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet	22	21,4	12	18,5	34	20,2
Çevreyi kirleten bir faaliyet	4	3,9	2	3,1	6	3,6
İnsanları kaynaştıran bir faaliyet	18	17,5	10	15,4	28	16,7
Diğer sektörlere gelir sağlayan bir faaliyet	8	7,8	8	12,3	16	9,5
Toplumun ahlakını bozan bir faaliyet	1	1,0	1	1,5	2	1,2
Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet	17	16,5	8	12,3	25	14,9
Toplam	103	100,0	65	100,0	168	100,0

Görüşülen yerel halk ve çiftçiler Mordoğan beldesinin kırsal turizm yönünden sırasıyla doğal güzellikleri, iklim şartları, sakin, sessiz oluşu ve yöreye özgü tarımsal ürünleri ve bunlardan yapılan yöresel yemekler konusunda avantajlı olduğunu belirtmişlerdir (Çizelge 5.15). Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinin iklim özellikleri kırsal turizm açısından değerlendirildiğinde; aşırı sıcak ve soğuk günlerin olmaması, kış aylarında kar yağışının çok ender olması ve yerde uzun süre kalmaması, yaz aylarında sıcaklığın bunaltıcı etkisini azaltan ferahlatıcı rüzgârların olması ve yaz yağışlarının çok nadir görülmesi öne çıkmaktadır. Ayrıca ilçede nem miktarının insanı olumsuz etkileyecek kadar olmaması, çeşitli turizm türlerinin ve ona bağlı turizm aktivitelerin gerçekleşmesine olanak vermesi de iklim özellikleri bakımından Karaburun Yarımadası'nın avantajlarını göstermektedir (Anonim, 2012). Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinde pek çok deniz mağaralarına rastlanılabilmektedir. Mordoğan beldesinin sahip olduğu eşsiz doğa zenginliklerini Kaba Burnu kuzeyindeki koyda yer alan, yöredekiler tarafından 'fok yuvası' olarak adlandırılan deniz mağarasının ve benzeri mağaraların ortaya koyduğu savunulmuştur.

Çizelge 5.15. Mordoğan beldesinin kırsal turizm yönünden avantaj algısı

Özellikler	Yerel Halk		Çiftçi		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Doğal güzellikleri	37	35,9	20	30,8	57	33,9
İklim şartları	32	31,1	14	21,5	46	27,4
Yöresel Yemekleri	4	3,9	4	6,2	8	4,8
Bitkisel ve hayvansal ürünler	10	9,7	8	12,3	18	10,7
Sessiz, sakin oluşu	20	19,4	10	15,4	30	17,9
Cevap vermeyen	0	0,0	9	13,8	9	5,4
Toplam	103	100,0	65	100,0	168	100,0

Mordoğan beldesinde yaşayan yerel halk ve çiftçiler kırsal turizm yönünden beldede kamu hizmetlerinin eksik olduğunu, turizm tesislerin yetersiz olduğunu, ulaşımın sorun olduğunu ve yörenin tanıtımının eksik olduğunu belirtmişlerdir (Çizelge 5.16). Mordoğan beldesinde kırsal turizmin gerçekleşmesine engel olabilecek günümüzdeki en önemli sorunlar tarımsal üretimin yok edilmesi ve kamu hizmetlerinin yetersiz kalması olarak gösterilebilir. Mordoğan beldesindeki ulaşım sorunu Belediye tarafından yapılan yol çalışmalarıyla giderilmekte ve tarımsal üretime devam edilebilmesi için beldeye destek verilmektedir.

Çizelge 5.16. Yerel halk ve çiftçilere göre Mordoğan beldesinin kırsal turizm yönünden sorunları algısı

Sorunlar	Yerel Halk		Çiftçi		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Ulaşım (Bozuk, plansız ve yetersiz yollar vb.)	19	18,4	11	16,9	30	17,9
Doğal kaynak tahribatı ve/veya çevre kirliliği	9	8,7	0	0,0	9	5,4
İşsizlik	12	11,7	3	4,6	15	8,9
Turizm tesislerin yetersizliği/yokluğu	25	24,3	8	12,3	33	19,6
Kamu hizmetlerinin eksikliği	23	22,3	12	18,5	35	20,8
Tanıtım eksikliği	14	13,6	14	21,5	28	16,7
Tarımsal üretimin yok edilmesi	1	1,0	8	12,3	9	5,4
Cevap vermeyen	0	0,0	9	13,8	9	5,4
Toplam	103	100,0	65	100,0	168	100,0

Mordoğan beldesinin ulaşım sorununun giderilmeye çalışılıyor olması, sessiz ve sakin oluşu, yöreye özgü yemekleri ve el sanatlarının bulunuyor olması ve beldenin doğal görünümünün bozulmamış olması, tarımsal faaliyetlerin az da olsa bölgede yapılıyor olması ile kırsal turizm için potansiyel taşıdığı konusunda yerel halk ve çiftçiler hem fikirdir.

Görüşülen çiftçi ve yerel halka bölgede düzenlenen etkinlikler sorulduğunda ankete katılan tüm katılımcıların % 21'i tarıma dayalı etkinliklerin yapıldığını, % 18'i fuar, şenlik, özel kutlama günleri, panayır, festival, eğlence, konser vb. etkinliklerin yapıldığını ve % 12'si ise müze, ören yeri, anıt gibi tarihsel-kültürel yerlere geziler düzenlendiğini belirtmişlerdir. Söz konusu tarımsal ürünler ile ilgili yerel etkinlik ve festivallerin düzenlenmesi çiftçilerin üretmiş oldukları tarımsal ürünlerin tanıtımının yapılarak yerel ekonomiye katkı sağlanması, gelenek ve göreneklerin yaşatılması ve yöre halkının sanat ve kültür ile ilgili beklentilerinin karşılanması amaçlanmaktadır. Bölgede düzenlenen etkinlikler sayesinde ve ulusal basın aracılığıyla ülke içinde tanıtımının yapılması ve yörede hem iç turizm hem dış turizmin gelişmesine olanak sağlaması muhtemeldir.

Yerel halkın ve çiftçilerin Mordoğan beldesinde kırsal turizm kapsamında yapılabilecek etkinliklere ilişkin görüşleri incelendiğinde; yerel halk ve çiftçiler tarafından beldeye turlarının düzenlenmesi ile tarımsal faaliyetlerine yönelik festivallerin, sebze ve meyve bahçelerine yapılacak gezilerin, doğa yürüyüşlerinin



yapılacağı alanların ve doğa ile iç içe olunabilecek kamp alanlarının belirlenmesinin önemli olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca yörede yapılan el sanatlarının belirli bir yapı içerisinde yapıp sergi alanlarında satışa sunulması gibi birçok etkinliklerin düzenlenebileceğini belirtmişlerdir. Bu etkinlikler ile yörenin kalkınmasının artacağı düşünülmektedir.

Turizm ürünü, turistlerin sürekli ikamet ettikleri yerlerin dışına tatil yapmak, gezmek veya dinlenmek üzere gittikleri yerlerde evlerine dönmelerine kadar geçen sürede konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğlence ve diğer birçok mal ve hizmetlerin satın aldıkları ve yararlandıkları ürün olarak tanımlanmaktadır (Gönenç, 2015). Görüşülen yerel halk ve çiftçiler kırsal turizm kapsamında yöredeki bitkisel ve hayvansal ürünleri (% 91), yöresel yemekleri (% 28), tarihi binaları (% 15) ve yöresel el sanatlarının (% 14) turizm ürünü olarak değerlendirilebileceğini belirtmiştir (Çizelge 5.17).

Çizelge 5.17. Yerel halk ve çiftçilere göre kırsal turizm kapsamında değerlendirilebilecek turizm ürünleri algısı

Turizm Ürünleri	Yerel halk		Çiftçi		Toplam	
	N*	%	N*	%	N*	%
Bitkisel ve hayvansal ürünler	89	86,4	63	96,9	152	90,5
Yöresel yemekler	31	30,1	16	24,6	47	28,0
Yöresel el sanatları	17	16,5	6	9,2	23	13,7
Tarihi binalar	17	16,5	8	12,3	25	14,9

\*Birden fazla ürün tercih edilmiştir.



Şekil 5.7. Bitkisel ve hayvansal ürünler

Bitkisel ve hayvansal ürünler kapsamında; Hurma Zeytini, Nergis, Zeytinyağı, Üzüm, Enginar, Sümbül, Ardiç Meyvesi, Dağ Kekiği, Badem, Şarap, Şevketi bostan, Kopanisti Peyniri (Acı Peynir), Keçi Sütünden Yapılan Lor, Tulum Peyniri, Sepet (Kelle) Peyniri, vb. ürünlerin kırsal turizm açısından önemli olduğunu belirtmişlerdir (Şekil 5.7).

Yöresel yemek kapsamında; Pesemet (Peksimet), Keşkek, Çalkama, Zıngata, Macır Pidesi, Kıymız Böreği, Masır Böreği, Ne Gerek Böreği, Tavuklu Börek, Öküz Köftesi, Körmek Köftesi, Sündürme (Höşmerim), Samsunk, Pirinçli Manti, Arapsaçı, Süt Böreği, Mantarlı Börek, Bazina, Kabak Çiçeği Dolması, Odun Fırını Ekmeği ve Un Kurabiyesi (Mordoğan ve Balıklıova) vb. yemeklerin kırsal turizm açısından önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Tarihi yerler ve binalar kapsamında; Eski Mordoğan köyündeki el değmemiş binalar, Tarihi Ayşe Kadın Camii, Müesser Aktaş Etnografya Müzesi ve Tarihi Evi Müzesi, Narkissos Pınarı, Rum köyleri, tarihî çeşmeleri ve yel değirmenleri gibi. tarihi yerlerin kırsal turizm açısından önemli olduğu vurgulanmıştır.

Mitolojik öykülere göre, dünyanın en yakışıklı erkeği Narkissos, Karaburun'da yaşamış ve bu erkeğe çevrenin tüm kızları, hatta perilerin bile aşık olduğu bilinmekteymiş. Narkissos'tan yüz bulamayan perilerden biri tanrı Zeus'a yalvararak Narkissos'un cezalandırılmasını istemiş. Tanrı, aşkına karşılık bulamayan perinin bu isteğini kabul etmiş ve "Başkalarını sevmeyen kendisini sevsin" demiş. Erkek güzeli Narkissos bir gün susadığında su içmek için göle eğildiğinde suda kendini görmüş ve kendi kendine aşık olmuş ve bu sırada düştüğü gölde boğulmuş. Narkissos'un bu ölümü kendisini seven perileri çok üzmüş. Sevdikleri yakışıklı adamı sudan çıkartıp gömmeyi düşünürlerken, sudan hiç bilmedikleri, görmedikleri bir çiçek çıkmaya başlamış. Periler, rengiyle ve kokusuyla çok beğendikleri bu çiçeğe Narkissos adını vermişler. Nergis adı da buradan gelmiştir. Nergisin anavatanı olan Mordoğan mahallesi ve Karaburun ilçesinde Aralık ayı nergislerin hasat zamanıdır ve Aralık ayı için Nergis ayı denilmektedir. Psikolojide de 'kendini beğenme' dürtüsüne narsizm denir; bu deyiş de yine bu efsaneden gelmektedir (Anonim, 2019c).

Yöresel el sanatları kapsamında; tel kırma, karanfilli kolye (8 saat süresince suda tutulan yumuşamış karanfil, iğne, iplik, boncuk ve kolye klipsi kullanılarak takıya dönüştürülmektedir), hesap işi, sepetçilik vb. el sanatlarının kırsal turizm açısından önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Görüşülen yerel halkın ve çiftçilerin % 44'ü hükümet, % 27'si belediye ve % 18'i ise tarım il ve ilçe müdürlüklerinin kırsal turizm açısından Mordoğan beldesinin gelişmesine katkı sağlayacaklarını düşünmektedir (Çizelge 5.18). Yerel halk ve çiftçiler Mordoğan beldesinin kırsal turizm açısından gelişmesinde belediye ve hükümetten ulaşımın iyileştirilmesini, su sorununun çözülmesini ve tarım alanlarının yerine konut yapılmasının önlenmesi açısından çalışmalar yürütmesini beklediklerini belirtmişlerdir. Tarım il ve ilçe müdürlüklerinden ise tarımda yaşanan sorunlara çözümler geliştirilmesini ve geliştirilen çözümlerin uygulamalarını beklemektedirler. Ayrıca görüşülen yerel halk ve çiftçiler Mordoğan beldesinin kırsal turizm açısından gelişmesinde Mordoğan'da yaşayan yerel halkın bilinçlendirilmesinin gerektiğini ve ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi konusunda görüşmelerin ve çalışmaların yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Çizelge 5.18. Yerel halk ve çiftçilere göre Mordoğan beldesinde kırsal turizmin gelişmesine destek sağlayabilecek kurum ve kuruluşlar

Kurumlar	Yerel Halk		Çiftçi		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Belediye	34	33,0	11	16,9	45	26,8
Hükümet	36	35,0	38	58,5	74	44,0
Tarım il/ilçe müdürlükleri	16	15,5	14	21,5	30	17,9
Sivil toplum kuruluşları	6	5,8	1	1,5	7	4,2
Çevre Bakanlığı	1	1,0	0	0,0	1	0,6
Bir fikrim yok	10	9,7	1	1,5	11	6,5
Toplam	103	100,0	65	100,0	168	100,0

Mordoğan beldesinde yapılacak olan kırsal turizm çalışmasına görüşülen yerel halkın % 49'u tanıtım ve reklam yaparak, % 24'ü geleneksel-yöresel kültürlerinin tanıtımını yaparak, % 23'ü ise konaklama amacıyla kendi evlerini turistlere kiralarak destek olacağını belirtmiştir. Ayrıca yerel halkın % 23'ü yöreye gelen ziyaretçilere servis ve rehberlik hizmetinde bulunarak, % 22'side geleneksel tarım ürünleri ve yemek çeşitlerinin tanıtılmasına katkı sağlayarak destekte bulunacaklarını belirtmiştir.

Görüşülen çiftçilerin % 74'ü tarımsal faaliyetlerinin kırsal turizm faaliyetlerinde yer almasını sağlayarak, % 32'si geleneksel-yöresel kültürün tanıtımını yaparak, % 29'u tanıtım ve reklam yaparak ve % 26'sı ise geleneksel tarım ürünleri ve yemek çeşitlerinin tanıtılmasını sağlayarak kırsal turizm çalışmalarının içinde olmayı istedikleri saptanmıştır (Çizelge 5.19). Ankete katılan yerel halkın % 17'si ve çiftçilerin % 8'i kırsal turizm çalışmalarına destek vermekten kaçındıklarını ve bunun nedeni olarak yörenin tahribinden korktuklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 5.19. Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm çalışmalarına verebilecekleri destekler

Destekler	Yerel Halk		Çiftçi		Toplam	
	N*	%	N*	%	N*	%
Herhangi bir destek veremem	17	16,5	5	7,7	22	13,1
Tanıtım ve reklam yaparım	50	48,5	19	29,2	69	41,1
Restoran işletmesi kurarım	3	2,9	3	4,6	6	3,6
Kurulan işletmelerde çalışırım	6	5,8	1	1,5	7	4,2
Yöresel el sanatları üretimi yaparım	12	11,7	4	6,2	16	9,5
Geleneksel tarım ürünleri ve yemek çeşitlerinin turizmde kullanılmasını sağlarım	23	22,3	17	26,2	40	23,8
Konaklama amacıyla kendi evimi restore ederek pansiyonculuk hizmetleri sunarım	24	23,3	13	20,0	37	22,0
Geleneksel, yöresel kültürünü tanıtırım	25	24,3	21	32,3	46	27,4
Gelen ziyaretçilere servis ve rehberlik hizmeti vererek turizmde aktif rol alabilirim	24	23,3	8	12,3	32	19,1
Tarımsal faaliyetimin kırsal turizm faaliyetlerinde yer almasını sağlarım	0	0,0	48	73,8	48	28,6

\*Birden fazla tercih yapılmıştır.

Yerel halk kırsal turizm kapsamında katılmak istedikleri etkinlikleri; festival, kutlama, şenlik ve fuar etkinliklerine katılmak, doğa ile iç içe olan yürüyüşler yapmak, şifalı bitkileri toplayabilecekleri bahçeleri gezmek ve köy pazarlarında alışveriş yapmak olarak sıralamıştır. Çiftçiler ise sırasıyla rehberli günübirlik gezilere katılmak, at binmek, köy pazarlarında alışveriş yapmak, festival, kutlama, şenlik ve fuar etkinliklerine katılmak olarak belirtmiştir.

Anket çalışmasına katılan yerel halkın ve çiftçilerin % 38'inin kırsal turizm işletmesi açma konusunda istekli olduğu ve bu konuda % 38'inin kararsız olduğu saptanmıştır (Çizelge 5.20).

Çizelge 5.20. Yerel halk ve çiftçilerin Kırsal turizm işletmesi açma durumları

Durumlar	Yerel Halk		Çiftçi		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Evet, isterim	26	25,2	37	56,9	63	37,5
Kararsızım	51	49,5	12	18,5	63	37,5
Hayır, istemem	26	25,2	16	24,6	42	25,0
Toplam	103	100,0	65	100,0	168	100,0

Görüşülen yerel halk ve çiftçiler Mordoğan beldesinde; mağaracılık, dağ bisikletçiliği, denizel sporlar, estetik göl/baraj olan yerler, bakir küçük koylar, su altı yaşamı gözleme imkânı, peyzaj güzelliği (foto safari), düzenlenmiş doğa gezisi ve pansiyonculuk gibi etkinliklerin yapılabileceğinden bahsetmişlerdir. Ayrıca Mordoğan'da endemik bitkilerin gözlemi, şifalı bitkilerin toplandığı etkinlikler, köy pazarlarında alışveriş, gastronomi gezileri, rehberli günü birlik geziler, agroturizm, izcilik, festival turizmi ve hava sporlarının (balon, yamaç paraşütü) yapılabileceği belirtilmiştir.

Yerel halk ve çiftçilere kırsal turizm kapsamında sunmak istedikleri hizmetler sorulduğunda;

Çiftçilerin % 94'ünün tarımsal işletmelerinin kırsal turizm işletmesi olarak faaliyet görmesini sağlamak istedikleri, % 45'inin yörede yetiştirilen tarımsal ürünlerin satılacağı market açmak istediği, % 38'inin köy pazarında elde edilen ürünleri satmak istediği, % 17'sinin evlerinin bir odasında konaklama hizmeti sunmak istediği ve % 15'inin yöresel yemekler için restoran hizmeti sunmak istedikleri belirlenmiştir. Kırsal turizm kapsamında yerel halkın % 21'inin evlerinin bir odasında konaklama hizmeti sunmak istediği, % 17'sinin yörede yetiştirilen tarımsal ürünlerin satılacağı market açmak istediği, % 17'sinin çocuklar için hoş zaman geçirecek fırsatlar sunan alanlar oluşturmak istediği belirlenmiştir. Ayrıca yerel halkın % 17'sinin geleneksel el sanatlarını yapacak ve deneyecek ortamlar oluşturmak istediği, % 17'sinin yöresel yemeklerin yapımını göstermek/öğretmek istediği, % 17'sinin de günlük olarak turlar organize etmek istediği tespit edilmiştir (Çizelge 5.21).

Çizelge 5.21. Yerel halkın ve çiftçilerin sunmak istedikleri kırsal turizm hizmetleri

Hizmetler	Yerel Halk		Çiftçi		Toplam	
	N*	%	N*	%	N*	%
Tarımsal İşletmenin kırsal turizm işletmesi olarak faaliyet görmesini sağlamak	0	0,0	61	93,8	61	36,3
Evimin bir odasında konaklama hizmeti sunmak	22	21,4	11	16,9	33	19,6
Yöresel yemekler için restoran hizmeti sunmak	15	14,6	10	15,4	25	14,9
Yöresel yemeklerin yapımını göstermek/öğretmek	17	16,5	4	6,2	21	12,5
Günlük olarak turlar organize etmek	16	15,5	4	6,2	20	11,9
Yörede yetiştirilen tarımsal ürünlerin satılacağı market açmak	18	17,5	29	44,6	47	28,0
Yerel Giysilerin satıldığı dükkân açmak	3	2,9	1	1,5	4	2,4
Bisiklet/ bot/ kayak malzemeleri vs. kiralama fırsatı yaratmak	5	4,9	0	0,0	5	3,0
Geleneksel el sanatlarını yapacak ve deneyecek ortamlar oluşturmak	16	15,5	4	6,2	20	11,9
Çocuklar için hoş zaman geçirecek fırsatlar sunan alanlar oluşturmak	17	16,5	5	7,7	22	13,1
Yörede yapılan hediyelik eşyaların satışının yapılacağı dükkân açmak	13	12,6	4	6,2	17	10,1
Yöreye gelen turistlere yöreyi tanıtabilecek rehberlik hizmeti sunmak	13	12,6	3	4,6	16	9,5
Halk oyunları ve yöresel müzik (mani ve türkü) gösterileri düzenlemek	6	5,8	1	1,5	7	4,2
Pansiyonculuk hizmeti sunmak	7	6,8	1	1,5	8	4,8
Köy pazarında elde edilen ürünleri satmak	0	0,0	25	38,5	25	14,9
Fikri olmayan	10	9,7	7	10,8	17	10,1

\*Birden fazla tercih yapılmıştır.

Turizm ürünü çeşitlendirme kapsamında kırsal turizm ve kırsal turizm işletmeciliği: Şirince örneği adlı çalışmada 80 yerel halk ile yüz yüze görüşülerek anket uygulanmış ve çalışmada ankete katılanların turizm konusundaki çalışmalara ne tür destek verebilecekleri konusundaki ifadelerden % 78,8'inin geleneksel tarım ürünleri ve yemek çeşitlerinin turizmde kullanılmasını sağlayabileceklerini tespit etmiştir. Şirince'de yerel halkın en fazla pekmez, salça, sabun, dekoratif kuru otlar vb. tarımsal ürünlerin satışı ve restoran ve gözleme evlerinde yemeklerin sunumuyla hizmet vermeye istekli olduklarını belirlemiştir. Ankete katılan yerel halkın; % 43,8'inin arazilerinin bir bölümünü tarımsal faaliyet yapmak isteyen ziyaretçilerin kullanımına sunacağını ve % 36,63'ü evlerini konaklama amacına yönelik olarak turizme kazandırılmasında istekli olduğunu saptamıştır. Ayrıca yerel halkın % 32,5'i el işleri yaparak turizme katılabileceklerini ve % 30'u yöreye gelen turistlere servis

ve rehberlik hizmeti vererek turizmde aktif rol alabileceklerini tespit etmiştir (Çolak, 2009).

Görüşülen yerel halk ve çiftçilerin % 78'i kırsal turizm ile ilgili yapılacak panel, seminer, konferans gibi etkinliklere katılacağını, % 22'si ise katılmacağını belirtmiştir. Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizmle ilgili faaliyetler içinde yer almak istemeleri kırsal turizmin gelişmesi açısından oldukça önemlidir (Çeken vd., 2014). Bu çalışmanın bulgularına göre, yerel halkın ve çiftçilerin Mordoğan beldesinde kırsal turizmin gelişmesini istediklerini, yapılacak kırsal turizm aktivitelerine katılacaklarını ve kırsal turizm çalışmalarına destek vereceklerini söylemek mümkündür.

#### **5.4. Yerel Halkın ve Çiftçilerin Kırsal Turizm Algılarına İlişkin Faktör Analizi**

Araştırmanın bu bölümünde, kırsal turizme ilişkin algılarını tespit etmeye yönelik üçlü likert ölçekli sorulan ifadelerin yerel halk ve çiftçiler tarafından kaç farklı boyutta algılandığını belirlemek için uygulanan faktör analizinin sonuçları verilmiştir. Faktör analizinin uygulanmasında, 61 ifade için yerel halk ve çiftçiler olmak üzere toplam 168 katılımcıdan likert ölçeği kullanılarak elde edilen veriler kullanılmıştır. Verilere faktör analizinin uygulanabilmesi için öncelikle verilerin güvenilirliği (Cronbach Alpha) test edilmiştir. Güvenilirlik kavramı anket içerisindeki soruların kendi aralarındaki tutarlılığını ve ölçeğin ulaşmak istenen sorunu ne kadar yansıttığını ifade etmektedir (Kalaycı, 2010). Bu çalışmada güvenilirlik analizlerinde kullanılan modellerden Alfa ( $\alpha$ ) Modeli (Cronbach Alpha Coefficient) kullanılarak anketteki ifadelerin birbirleriyle olan tutarlılığını ve ölçeğin ilgilenilen sorunu ne derecede yansıttığı ortaya konulmuştur. Alfa ( $\alpha$ ) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi yorumlanır (Kalaycı, 2010):

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$  ise güvenilir ölçek değildir.
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$  ise güvenilirliği düşük ölçek
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$  ise oldukça güvenilir ölçek
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$  ise yüksek derecede güvenilir ölçektir.

Çalışmada oluşturulan 61 ifadenin Cronbach  $\alpha$  katsayısı ise 0.859 olarak hesaplanmış ve yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

Faktör analizi (FA), birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) oluşturmayı amaçlayan çok değişkenli bir istatistik yöntemidir (Büyüköztürk, 2002). Başka bir deyişle, çok sayıdaki değişken arasında ilişkilere bakılarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan çok değişkenli bir istatistik analiz türüdür. Araştırmada, faktör analizinin gerçekleştirilmesinde temel bileşenler yöntemi (principal components analysis) tercih edilmiştir. Bu yöntem değişkenleri, her boyutta yer alan ifadeler arası ilişki en çok ve boyut arası ilişki sıfıra yakın bir değer olacak şekilde sınıflandırmaktadır (Kurtuluş, 1985).

Faktör analizinin uygunluğu için değişkenler arasında korelasyon olması gerekmektedir. Değişkenler arasındaki korelasyon küçük ise faktör analizi uygun olmayabilir (Günden vd., 2008). Bu durumda faktör analizi uygulanmadan önce verilerin faktör analizine uygunluğu kontrol edilmiştir. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ve Bartlett testi kullanılmıştır. Bartlett's testi, popülasyondaki değişkenler arasında korelasyon olmadığı hipotezini araştırmaktadır. KMO gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. Faktör analizinin kabul edilebilmesi için KMO oranının 0,5'in üzerinde olması gerekmektedir. KMO değeri ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyi olduğu kabul edilmekte ve Çizelge 5.22'de KMO değerlerinin yorumlanması gösterilmektedir (Kalaycı,2010).

Çizelge 5.22. Kaiser-Meyer-Olkin değerlerinin yorumlanması

<b>KMO değeri</b>	<b>Yorum</b>
0,90	Mükemmel
0,80	Çok iyi
0,70	İyi
0,60	Orta
0,50	Zayıf
0,50'nin altı	Kabul edilemez



Bu araştırmada KMO değeri 0,729 bulunmuştur, Bartlett testi de istatistiksel olarak anlamlıdır ( $p<0,05$ ). Bu sonuçlar verilerin faktör analizi için uygunluğunu göstermektedir. Araştırmaya ait IBM SPSS Statistics 23 paket programında hesaplanan KMO ve Bartlett's Testi sonuçları izelge 5.23'de verilmiştir.

Çizelge 5.23. Kırsal turizm algılarına yönelik ölçeğin faktör analizine uygunluğuna ilişkin veriler

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,729
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7610,36
	df	1830
	Sig.	0,000

Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarını belirlemek üzere geliştirilen 61 adet değişkene ait kodlama ve açıklamaları izelge 5.24'de verilmiştir.

Çizelge 5.24. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılama ölçeğinde yer alan değişkenler ve kodları

Kodlar	Değişkenler
İfade 1	Kırsal turizm etkinlikleri hakkında bilgi sahibiyim.
İfade 2	Yerel halka ve tarım üreticilerine kırsal turizm konusunda eğitimler verilerek bilinçlendirilmelidir.
İfade 3	Yöredeki tarihi varlıklar (kilise, tarihi evler, vb.) kırsal turizmi olumlu yönde etkiler.
İfade 4 (-1)	Kırsal turizm yörede suç işleme (hırsızlık, fuhuş, kumar vb) oranını artırır.
İfade 5	Kırsal turizm kapsamında yöreye gelen turistler ile birlikte çeşitli faaliyetlerde bulunmak beni mutlu eder.
İfade 6	Kırsal Turizm doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını sağlar.
İfade 7	Yöremize yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistlerin gelmesi esnafı ve halkı mutlu eder.
İfade 8	Kırsal turizm Mordoğan'daki kırsal halkın yaşam standartlarını artırır.
İfade 9	Kırsal turizm yerel ortaklıkları ve işbirliğini artırır.
İfade 10 (-1)	Yöreye gelen turistlerin yaşam biçimleri kültürümüzü bozar.
İfade 11 (-1)	Kırsal turizm kültürün ticarileşmesine neden olur.
İfade 12	Kırsal turizmle birlikte yöreye ait gelenek-görenek, yeme-içme, el sanatları ve yaşam tarzlarının tanıtımı daha kolay olur.
İfade 13	Yörede yaşayan gençlerin ve kadınların sosyal yaşama katılımları artar.
İfade 14	Kırsal turizm Mordoğan'ın tanıtılmasını sağlar.
İfade 15	Yöreye özgü el sanatları ve diğer kültürel unsurlar kırsal turizm aracılığıyla turizm ürününe çevrilebilir.
İfade 16	Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile halkın bilinç ve bilgi düzeyi artar.
İfade 17	Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile yeni teknolojik ürünleri kullanımı artar.
İfade 18	Kırsal turizmin gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmaları artış gösterir.
İfade 19	Yörede kırsal turizmin gelişmesi ile ulaşım ve iletişim kanalları artış gösterir.
İfade 20	Kırsal turizmin gelişimi, organik gıda üretimini artırır.
İfade 21 (-1)	Yörede artan nüfus ile artan gıda talebinin karşılanması için yeni teknolojilere ihtiyaç artar.
İfade 22	Tarımsal faaliyetlerde yeni teknolojilerin uygulanması, elde edilen ürünlerin kalitesini artırır.
İfade 23	Kırsal alanda pansiyon, konaklama ve restoran hizmetleri gibi kırsal turizm faaliyetlerinin düzenlenmesini sağlayacak tesislerin kurulması için verilen destek programlarını biliyorum.
İfade 24	Teknolojinin ilerlemesiyle kaybolan yöresel özellikler (el sanatları) kırsal turizm ile tekrar hatırlanır.

Çizelge 5.24. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılama ölçeğinde yer alan değişkenler ve kodları (Devam)

Kodlar	Değişkenler
İfade 25	Mordoğan'a ait tanıtımların İnternet üzerinden yapılması daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sağlar.
İfade 26	Alternatif ve doğa dostu enerji kaynaklarının varlığı (güneş, rüzgar, prina) yöremizdeki maliyetleri düşürür.
İfade 27	Mordoğan kırsal turizmi karşılayacak kapasitede yeterli arz kapasitesine sahiptir.
İfade 28 (-1)	Tarımsal üretimde sahip olunan arazinin küçük boyutlarda olması kırsal turizmi olumsuz etkiler.
İfade 29 (-1)	Kırsal turizm kırsal alanda trafik sorununu ortaya çıkarır.
İfade 30	Kırsal turizm, yerel halkı, kültür, tarım alanları ve çevreyi değerlendirmeyi teşvik eder.
İfade 31 (-1)	Kırsal turizm, gelecekte yörede bulunan doğal kaynakları ve çevrenin tahrip olma riskini artırır.
İfade 32 (-1)	Kırsal turizm tarımsal alanlara zarar verir.
İfade 33	Kırsal turizm, doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur.
İfade 34	Kırsal turizm çevre bilincinin gelişmesini sağlar.
İfade 35	Kırsal turizm çevre korumaya yönelik politikaların geliştirilmesini destekler.
İfade 36	Kırsal turizm yörede planlamayı, yönetimi ve örgütlenmeyi teşvik eder.
İfade 37	Yörede tarihi ve yöresel dokunun bozulmaması için denetimlerin yapılması gerekir.
İfade 38 (-1)	Kırsal turizm ile ilgili yasal düzenlemeler yeterli değildir.
İfade 39	Hükümetin kırsal turizm hakkında yürüttüğü politikalardan memnunum.
İfade 40	Hükümet kırsal turizmin (altyapı, üstyapı, sağlık, eğitim gibi olanakların) geliştirilmesi için Mordoğan'a yeterli finansal kaynak aktarır.
İfade 41	Mordoğan'daki özel işletmeler ile kamu idareleri kırsal turizmi geliştirme konusunda koordinasyon içindedir.
İfade 42	Kırsal turizme yönelik yöremizde etkin projeler yürütülmektedir.
İfade 43 (-1)	Kırsal turizme verilen devlet destekleri yetersizdir.
İfade 44 (-1)	Kamu için kırsal turizm tesisleri geliştirme maliyeti çok fazladır.
İfade 45	Kırsal turizm yabancı turistler ile yerel halk arasında bilgi akışını sağlamasıyla devlet ilişkilerini de olumlu etkiler.
İfade 46 (-1)	Uluslararası siyasi belirsizlikler yörenin turistik gelişimini engelleyebilir.
İfade 47	Kırsal turizm yörede kamu hizmetlerini artırır(eğitim, sağlık, ulaşım, altyapı vb.).
İfade 48	Evimi tüm yıl boyunca ya da belirli dönemlerde pansiyon olarak kullanırmak isterim.
İfade 49	Kırsal turizm tarımsal ürünlerin doğrudan satışını artırır.

Çizelge 5.24. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılama ölçeğinde yer alan değişkenler ve kodları (Devam)

<b>Kodlar</b>	<b>Değişkenler</b>
İfade 50	Kırsal turizm bölgemize daha fazla yatırımın gelmesini sağlar.
İfade 51	Kırsal turizmin gelişmesi yörede döviz girişini artırır.
İfade 52	Yurt dışından giriş yapan yabancılara yönelik yöremizdeki tarihi ve kültürel değerleri gösteren broşürlerin verilmesi, yörede henüz gelişmemiş olan dış turizmi artırır.
İfade 56	Kırsal turizm bölgede gelir ve istihdam yaratır.
İfade 57	Kırsal turizm yerel ürünler için bir pazar oluşturur.
İfade 58	Kırsal turizm yöre halkının gelir kaynaklarını çeşitlendirir.
İfade 59 (-1)	Kırsal turizm yörede hayat pahalılığına neden olmaktadır (arazi, mal ve hizmet fiyatlarını artırır.).
İfade 60	Kırsal turizm sayesinde köyden kente göç önlenir.
İfade 61	Yörede kırsal turizmin gelişmesi turizm mevsimini uzatır.

Çalışmada kullanılan 61 ifadeye ait tanımlayıcı istatistikler Çizelge 5.25’ de verilmiştir.

Çizelge 5.25. Tanımlayıcı İstatistik

İfadeler	Ort.	S.D.	N
İfade 1	2,44	0,63	168
İfade 2	2,99	0,11	168
İfade 3	2,89	0,35	168
İfade 4 (-1)	2,35	0,68	168
İfade 5	2,87	0,42	168
İfade 6	2,83	0,43	168
İfade 7	2,95	0,26	168
İfade 8	2,90	0,33	168
İfade 9	2,76	0,48	168
İfade 10 (-1)	2,36	0,72	168
İfade 11 (-1)	2,05	0,74	168
İfade 12	2,93	0,30	168
İfade 13	2,91	0,38	168
İfade 14	2,94	0,28	168
İfade 15	2,95	0,24	168
İfade 16	2,74	0,50	168
İfade 17	2,70	0,51	168
İfade 18	2,88	0,38	168
İfade 19	2,91	0,29	168
İfade 20	2,88	0,41	168
İfade 21 (-1)	1,35	0,62	168
İfade 22	2,20	0,69	168
İfade 23	1,82	0,84	168
İfade 24	2,56	0,59	168
İfade 25	2,95	0,24	168
İfade 26	2,18	0,85	168
İfade 27	2,55	0,60	168
İfade 28 (-1)	2,24	0,80	168
İfade 29 (-1)	1,95	0,85	168
İfade 30	2,82	0,46	168
İfade 31 (-1)	2,42	0,68	168
İfade 32 (-1)	2,49	0,63	168
İfade 33	2,54	0,60	168
İfade 34	2,61	0,58	168
İfade 35	2,71	0,52	168
İfade 36	2,88	0,38	168
İfade 37	2,90	0,33	168
İfade 38 (-1)	2,29	0,57	168
İfade 39	1,96	0,59	168
İfade 40	2,02	0,63	168
İfade 41	1,98	0,60	168
İfade 42	1,93	0,65	168
İfade 43 (-1)	1,57	0,69	168
İfade 44 (-1)	2,29	0,73	168
İfade 45	2,71	0,59	168
İfade 46 (-1)	1,35	0,61	168
İfade 47	2,88	0,37	168
İfade 48	1,71	0,92	168
İfade 49	2,90	0,31	168
İfade 50	2,83	0,46	168
İfade 51	2,78	0,49	168
İfade 52	2,92	0,32	168
İfade 53	2,92	0,34	168
İfade 54	2,93	0,28	168
İfade 55	2,91	0,31	168
İfade 56	2,90	0,32	168
İfade 57	2,92	0,34	168
İfade 58	2,90	0,31	168
İfade 59 (-1)	1,58	0,77	168
İfade 60	2,46	0,60	168
İfade 61	2,90	0,36	168

(-1) Olumsuz ifadeler ters kodlanmıştır.

Çalışmada kullanılan bazı ifadeler çeşitli nedenlerden dolayı faktör analizinden çıkartılmıştır. Çıkartılan ifadelerle ilişkin açıklamalar Çizelge 5.26’da sunulmuştur. Bu ifadeler analiz sırasında tek tek çıkartılmış ve her seferinde analiz tekrar yapılmıştır.

Çizelge 5.26. Çıkarılan ifadelerle ilişkin açıklamalar

<b>Ters görüntü (Anti-image) korelasyonu birim matris oluşturan ifadeler;</b>
İfade 21 (-1)- Yörede artan nüfus ile artan gıda talebinin karşılanması için yeni teknolojilere ihtiyaç artar.
İfade 22- Tarımsal faaliyetlerde yeni teknolojilerin uygulanması elde edilen ürünlerin kalitesini artırır.
İfade 23- Kırsal alanda pansiyon konaklama ve restoran hizmetleri gibi kırsal turizm faaliyetlerinin düzenlenmesini sağlayacak tesislerin kurulması için verilen destek programlarını biliyorum.
İfade 28 (-1)- Tarımsal üretimde sahip olunan arazinin küçük boyutlarda olması kırsal turizmi olumsuz etkiler.
İfade 38 (-1)- Kırsal turizm ile ilgili yasal düzenlemeler yeterli değildir.
İfade 39-Hükümetin kırsal turizm hakkında yürüttüğü politikalardan memnunum.
İfade 40- Hükümet kırsal turizmin altyapı, üstyapı, sağlık, eğitim gibi olanakların geliştirilmesi için Mordoğan'a yeterli finansal kaynak aktarır.
İfade 41- Mordoğan'daki özel işletmeler ile kamu idareleri kırsal turizmi geliştirme konusunda koordinasyon içindedir.
İfade 42- Kırsal turizme yönelik yöremizde etkin projeler yürütülmektedir.
İfade 43 (-1)- Kırsal turizme verilen devlet destekleri yetersizdir.
İfade 48- Evimi tüm yıl boyunca ya da belirli dönemlerde pansiyon olarak kullandırmak isterim.
<b>Karmaşık yapı veya faktör yükü 0.5'ten düşük ifadeler;</b>
İfade 12- Kırsal turizmle birlikte yöreye ait gelenek-görenek yeme-içme el sanatları ve yaşam tarzlarının tanıtımı daha kolay olur.
İfade 14- Kırsal turizm Mordoğan'ın tanıtılmasını sağlar.
İfade 24 - Teknolojinin ilerlemesiyle kaybolan yöresel özellikler, el sanatları kırsal turizm ile tekrar hatırlanır.
İfade 31 (-1)-Kırsal turizm gelecekte yörede bulunan doğal kaynakları ve çevrenin tahrip olma riskini arttırır.
İfade 46 (-1)- Uluslararası siyasi belirsizlikler yörenin turizm gelişimini engelleyebilir.
İfade 49- Kırsal turizm tarımsal ürünlerin doğrudan satışını artırır.
İfade 50-Kırsal turizm bölgemize daha fazla yatırımın gelmesini sağlar.
İfade 55- Kırsal turizm yörede diğer sektörlerin de gelişmesine katkıda bulunur.
İfade 56- Kırsal turizm bölgede gelir ve istihdam yaratır.
İfade 58- Kırsal turizm yöre halkının gelir kaynaklarını çeşitlendirir.

Çizelge 5.26. Çıkartılan ifadelerle ilişkin açıklamalar (Devam)

<b>Güvenilirlik ve paralel analiz sonucunda uygun çıkmaması;</b>
İfade 5- Kırsal turizm kapsamında yöreye gelen turistler ile birlikte çeşitli faaliyetlerde bulunmak beni mutlu eder.
İfade 10 (-1)- Yöreye gelen turistlerin yaşam biçimleri kültürümüzü bozar.
İfade 20- Kırsal turizmin gelişimi organik gıda üretimini artırır.
İfade 26- Alternatif ve doğa dostu enerji kaynaklarının varlığı güneş rüzgâr prina yöremizdeki maliyetleri düşürür.
İfade 29 (-1)- Kırsal turizm kırsal alanda trafik sorununu ortaya çıkarır.
İfade 51- Kırsal turizmin gelişmesi yörede döviz girişini artırır.
<b>Boyutta tek bir değişken olamayacağı için çıkartılan ifadeler;</b>
İfade 2- Yerel halka ve tarım üreticilerine kırsal turizm konusunda eğitimler verilerek bilinçlendirilmelidir.
İfade 4 (-1)- Kırsal turizm yörede suç işleme(hırsızlık fuhuş kumar vb.) oranını artırır.
İfade 6- Kırsal turizm doğal kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını sağlar.
İfade 8- Kırsal turizm kırsal halkın yaşam standartlarını artırır.
İfade 9- Kırsal turizm yerel ortaklıkları ve işbirliğini artırır.
İfade 15- Yöreye özgü el sanatları ve diğer kültürel unsurlar kırsal turizm aracılığıyla turizm ürününe çevrilebilir.
İfade 30- Kırsal turizm yerel halkı kültür tarım alanları ve çevreyi değerlendirmeyi teşvik eder.
İfade 36- Kırsal turizm yörede planlamayı yönetimi ve örgütlenmeyi teşvik eder.
İfade 37- Yörede tarihi ve yöresel dokunun bozulmaması için denetimlerin yapılması gerekir.
İfade 44 (-1)- Kamu için kırsal turizm tesisleri geliştirme maliyeti çok fazladır.
İfade 45- Kırsal turizm yabancı turistler ile yerel halk arasında bilgi akışını sağlamasıyla devlet ilişkilerini de olumlu etkiler.
İfade 47- Kırsal turizm yörede kamu hizmetlerini artırır (eğitim, sağlık, ulaşım, altyapı vb.).
İfade 59 (-1)- Kırsal turizm yörede hayat pahalılığına neden olmaktadır.
İfade 60- Kırsal turizm sayesinde köyden kente göç önlenir.
<b>Oransal ortak etken (Communalities) 0,5'ten küçük ifadeler;</b>
İfade 11 (-1)- Kırsal turizm kültürün ticarileşmesine neden olur.

(-1) Olumsuz ifadeler ters kodlanmıştır.

Yapılan faktör analizi sonucunda 42 ifade analiz dışı bırakılarak yalnızca 19 ifade ile ölçülen altı boyut ortaya çıkmıştır. Çizelge 5.27'de faktör analizi uygulanan 3'lü likert ölçekli 19 ifadenin hangi boyutlarda yer aldığı görülmektedir.

Çizelge 5.27. Yerel Halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarına ilişkin faktör analizi sonuçları

İfadeler	Boyutlar					
	1	2	3	4	5	6
İfade 57- Kırsal turizm yerel ürünler için bir pazar oluşturur.	<b>,820</b>	,269	,198	,148	,020	,084
İfade 61- Yörede kırsal turizmin gelişmesi turizm mevsimini uzatır.	<b>,779</b>	,083	,065	-,006	,105	,134
İfade 52- Yurt dışından giriş yapan yabancılara yönelik yöremizdeki tarihi ve kültürel değerleri gösteren broşürlerin verilmesi yörede henüz gelişmemiş olan dış turizmi artırır.	<b>,778</b>	,002	,193	,365	,072	,055
İfade 53- Turizm yöredeki el sanatları ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlar.	<b>,765</b>	,183	,115	,153	,206	,026
İfade 54- Turistlerin alışverişi şehir esnafını olumlu etkiler.	<b>,746</b>	-,071	,157	-,012	,075	-,015
İfade 10- Yöremize yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistlerin gelmesi esnafı ve halkı mutlu eder.	-,021	<b>,880</b>	,074	,099	,151	,051
İfade 6- Yöredeki tarihi varlıklar (kilise, tarihi evler vb.) kırsal turizmi olumlu yönde etkiler.	,049	<b>,820</b>	,077	,035	,082	,171
İfade 16- Yörede yaşayan gençlerin ve kadınların sosyal yaşama katılımları artar.	,101	<b>,813</b>	,114	,102	,063	,074
İfade 28- Mordoğan'a ait tanıtımların İnternet üzerinden yapılması daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sağlar.	,268	<b>,699</b>	,148	,244	-,047	,039
İfade 34- Kırsal turizm doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur.	-,025	,167	<b>,864</b>	,056	,078	,005
İfade 35- Kırsal turizm çevre bilincinin gelişmesini sağlar.	,276	,082	<b>,859</b>	,030	,121	,004
İfade 36- Kırsal turizm çevre korumaya yönelik politikaların geliştirilmesini destekler.	,237	-,066	<b>,722</b>	,208	-,119	,038
İfade 33 (-1)- Kırsal turizm tarımsal alanlara zarar verir.	,167	,217	<b>,715</b>	-,084	,074	,062
İfade 22- Kırsal turizmin gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmaları artış gösterir.	,050	,252	,134	<b>,866</b>	,157	-,037
İfade 21- Yörede kırsal turizmin gelişmesi ile ulaşım ve iletişim kanalları artış gösterir.	,350	,155	-,006	<b>,811</b>	,026	,143
İfade 19- Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile halkın bilinç ve bilgi düzeyi artar.	,094	,065	,092	,037	<b>,889</b>	-,032
İfade 20- Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile yeni teknolojik ürünleri kullanımı artar.	,288	,157	,025	,141	<b>,718</b>	,168
İfade 2- Mordoğan kırsal turizmi karşılayacak yeterli arz kapasitesine sahiptir.	,099	,035	,142	,108	-,034	<b>,861</b>
İfade 1- Kırsal turizm etkinlikleri hakkında bilgi sahibiyim.	,073	,244	-,068	-,032	,139	<b>,773</b>

(-1) Olumsuz ifadeler ters kodlanmıştır.



Çizelge 5.27' de gösterildiği üzere faktör analizi matrisine göre ortaya çıkan altı farklı boyut araştırmanın temelini oluşturmuştur. Ortaya çıkan boyutlara şu şekilde isimler verilmiştir:

Boyut 1- Ekonomik Boyutu

Boyut 2- Sosyo-Kültürel Boyutu

Boyut 3- Çevresel Boyutu

Boyut 4- Etkileşim Boyutu

Boyut 5- Farkındalık Boyutu

Boyut 6- Yöresel Gelişim Boyutu

Analizin sonucunda çıkartılan ifadelerden sonra kalan 19 ifadenin Cronbach alpha değeri 0,840 ve altı boyutun kırsal turizm algısını % 73 oranıyla açıkladığı belirlenmiştir. Bu oran analiz sonuçlarının güvenilirliğine işaret etmektedir. Yapılan Faktör Analizi sonuçlarına bakıldığında, yerel halk ve çiftçilere yöneltilen 19 ifade ile ölçülen altı boyut ortaya çıkmış ve açıklanan varyansta ölçülmek istenen kırsal turizm algısını ne derece ölçtükleri görülmektedir. Bu boyutlar yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarını belirleyen temel faktörler olarak saptanmıştır. Ortaya çıkan boyutların ölçtüğümüz kırsal turizm algısını birinci boyutun % 18, ikinci boyutun % 16, üçüncü boyutun % 14, dördüncü boyutun % 9, beşinci boyutun % 8 ve altıncı boyutun % 8 oranında açıkladığı görülmektedir (Çizelge 5.28). Çizelge 27'de görüldüğü gibi faktör analizi uygulanarak altı farklı boyut belirlenmiş ve bu boyut içerisinde yer alan ifadelerin genel yapısına bakılarak birbirlerine benzer özellikler taşıdığı tespit edilmiştir. Her bir boyuttaki ifadeler genel özelliklerine göre isimlendirilmiştir. Araştırma kapsamında görüşülen yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı ölçeğinde yer alan boyutlara ilişkin algıların dağılımı Çizelge 5.29'da verilmiş olup yapılan faktör analizinden elde edilen boyutlara ait öz değerler ve açıklanan varyanslarda belirtilmiştir.

Çizelge 5.28. Faktör analizi toplam açıklanan varyans tablosu

Bileşenler	Başlangıç Özdeğerleri			Kareler Toplamı			Döndürülmüş Kareler Toplamı		
	Genel Toplam	Açıklanan Varyans %	Kümülatif %	Genel Toplam	Açıklanan Varyans %	Kümülatif %	Genel Toplam	Açıklanan Varyans %	Kümülatif %
1	5,842	30,746	30,746	5,842	30,746	30,746	3,503	18,437	18,437
2	2,417	12,722	43,468	2,417	12,722	43,468	2,977	15,667	34,104
3	2,001	10,532	54,000	2,001	10,532	54,000	2,734	14,388	48,492
4	1,319	6,944	60,944	1,319	6,944	60,944	1,755	9,236	57,728
5	1,241	6,532	67,475	1,241	6,532	67,475	1,493	7,856	65,584
6	1,105	5,814	73,290	1,105	5,814	73,290	1,464	7,706	73,290
7	,855	4,499	77,789						
8	,653	3,439	81,228						
9	,587	3,089	84,317						
10	,535	2,815	87,131						
11	,505	2,659	89,790						
12	,454	2,387	92,178						
13	,320	1,685	93,863						
14	,299	1,571	95,435						
15	,251	1,322	96,757						
16	,231	1,215	97,972						
17	,169	,888	98,860						
18	,129	,678	99,539						
19	,088	,461	100,000						

Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşen Analizi (Extraction Method: Principal Component Analysis)

Çizelge 5.29. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı ölçeğinde yer alan boyutlara ilişkin algıları

<b>Boyut 1: Ekonomik Boyutu</b>	<b>Faktör Yükleri</b>	<b>Ort.</b>	<b>Std. Sapma</b>
İfade 57- Kırsal turizm yerel ürünler için bir pazar oluşturur.	0,820	2,917	0,336
İfade 52- Yurt dışından giriş yapan yabancılara yönelik yöremizdeki tarihi ve kültürel değerleri gösteren broşürlerin verilmesi yörede henüz gelişmemiş olan dış turizmi artırır.	0,778	2,917	0,319
İfade 61- Yörede kırsal turizmin gelişmesi turizm mevsimini uzatır.	0,779	2,899	0,357
İfade 53- Turizm yöredeki el sanatları ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlar.	0,765	2,917	0,336
İfade 54- Turistlerin alışverişi şehir esnafını olumlu etkiler.	0,746	2,929	0,281
<b>Özdeğer</b>	0,876		
<b>Açıklanan Varyans</b>	67,17		
<b>Boyut 2: Sosyo-Kültürel Boyutu</b>			
İfade 7- Yöremize yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistlerin gelmesi esnafı ve halkı mutlu eder.	0,880	2,952	0,264
İfade 3- Yöredeki tarihi varlıklar (kilise tarihi evler vb.) kırsal turizmi olumlu yönde etkiler.	0,820	2,893	0,347
İfade 13- Yörede yaşayan gençlerin ve kadınların sosyal yaşama katılımları artar.	0,813	2,911	0,376
İfade 25- Mordoğan'a ait tanıtımların İnternet üzerinden yapılması daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sağlar.	0,699	2,952	0,240
<b>Özdeğer</b>	0,843		
<b>Açıklanan Varyans</b>	69,84		
<b>Boyut 3: Çevresel Boyutu</b>			
İfade 33- Kırsal turizm doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur.	0,864	2,536	0,598
İfade 34- Kırsal turizm çevre bilincinin gelişmesini sağlar.	0,859	2,607	0,579
İfade 35- Kırsal turizm çevre korumaya yönelik politikaların geliştirilmesini destekler.	0,722	2,708	0,517
İfade 32(-1)- Kırsal turizm tarımsal alanlara zarar verir.	0,715	2,488	0,629
<b>Özdeğer</b>	0,835		
<b>Açıklanan Varyans</b>	67,38		

Çizelge 5.29. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı ölçeğinde yer alan boyutlara ilişkin genel algıları (Devam)

<b>Boyut 4: Etkileşim Boyutu</b>	<b>Faktör Yükleri</b>	<b>Ort.</b>	<b>Std. Sapma</b>
İfade 16- Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile halkın bilinç ve bilgi düzeyi artar.	0,889	2,738	0,504
İfade 17- Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile yeni teknolojik ürünleri kullanımı artar.	0,718	2,696	0,511
<b>Özdeğer</b>	0,779		
<b>Açıklanan Varyans</b>	74,01		
<b>Boyut 5: Farkındalık Boyutu</b>			
İfade 27- Mordoğan kırsal turizmi karşılayacak yeterli arz kapasitesine sahiptir.	0,861	2,554	0,597
İfade 1- Kırsal turizm etkinlikleri hakkında bilgi sahibiyim.	0,773	2,435	0,625
<b>Özdeğer</b>	0,598		
<b>Açıklanan Varyans</b>	71,33		
<b>Boyut 6: Yöresel Gelişim Boyutu</b>			
İfade 18- Kırsal turizmin gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmaları artış gösterir.	0,866	2,875	0,382
İfade 19- Yörede kırsal turizmin gelişmesi ile ulaşım ve iletişim kanalları artış gösterir.	0,811	2,911	0,286
<b>Özdeğer</b>	0,649		
<b>Açıklanan Varyans</b>	83,22		

(-1) Olumsuz ifadeler ters kodlanmıştır.

Faktör analizine göre boyut 1, 0,876'lık öz değer ile toplam varyansın % 67'sini açıklamaktadır. Bu boyut içerdiği ifadeler dikkate alınarak 'ekonomik boyut' olarak adlandırılmıştır. Boyutu oluşturan ifadeler incelendiğinde boyuta en yüksek katkıyı 'kırsal turizmin yerel ürünler için bir pazar oluşturur' ifadesi sağlamaktadır. Boyuta en düşük katkıyı ise 'Turistlerin alışverişi şehir esnafını olumlu etkiler' ifadesi vermektedir. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmin yerel ürünlere pazar oluşturmada, turizm mevsimini uzatmada ve Mordoğan beldesinin ekonomik açıdan faydalı olacağına inandıkları saptanmıştır.

Boyut 2, 0,843'lük öz değer ile toplam varyansın % 70'ini açıklamaktadır. Bu boyutun içerdiği değişkenler dikkate alınarak 'Sosyo-Kültürel Boyut' olarak adlandırılmıştır. Boyutu oluşturan değişkenler incelendiğinde en yüksek katkıyı 0,880 ile 'Yöremize yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistlerin gelmesi esnafı ve halkı mutlu eder' ifadesi sağlamaktadır. Boyuta en düşük katkıyı ise 0,699 ile 'Mordoğan'a ait tanıtımların internet üzerinden yapılması daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sağlar' ifadesi vermektedir.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine yapılan bir araştırmada, turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açılarının ortaya konulması amaçlanmış ve 5'li likert ölçeği kullanılarak 13 ifadenin 2 boyuta ayrıldığı belirlenmiştir. Araştırmada elde edilen boyutlara kırsal turizmin olumlu etkileri ve olumsuz etkileri olarak isimlendirilme yapılmıştır. Kırsal turizmin olumlu etkileri adı altında isimlendirilen boyutta aşağıda belirtilen ifadeler yer almaktadır (Ayaz vd., 2012).

- Kırsal turizm, doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur.
- Kırsal turizm, yeni iş imkânları yaratır.
- Kırsal turizm, yerel halkı kültür ve çevreyi değerlendirmeye teşvik eder.
- Kırsal turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.
- Kırsal turizm yeni turizm işletmeleri ile yerel ekonomiyi canlandırır ve çeşitlendirir.
- Kırsal turizm yerel ortaklıkları ve işbirliğini artırır.
- Kırsal turizm kadınlara yeni iş imkânları yaratır.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine yapılan bir araştırmada kırsal turizmin olumsuz etkileri adı altında isimlendirilen boyutta, en yüksek katkıyı ‘Kırsal turizm, yerel halkı kültür ve çevreyi değerlendirmeye teşvik eder’ değişkeni sağladığı belirtilmiştir. Boyuta en düşük katkıyı ise ‘Kırsal turizm tarihi yapıların korunmasını sağlar’ ifadesinin verdiği belirtilmiştir. Kırsal turizmin olumsuz etkileri olarak adlandırılan boyutta ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (Ayaz vd., 2012).

- Kırsal turizm, doğal çevrenin bozulmasına ve kirlenmesine neden olur.
- Kırsal turizm, kırsal bölgelerde sosyo-kültürel bozulmalara yol açar.
- Kırsal turizm, kırsal bölgelerde emlak fiyatlarını artırır.
- Kırsal turizm, kırsal yollarda trafik sıkışıklığına neden olur.
- Kırsal turizm, dışarıdan gelen zengin girişimciler tarafından kırsal bölgelerin sömürülmesine yol açar.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine yapılan araştırmada kırsal turizmin olumlu ifadelerini Cronbach  $\alpha$  değeri % 83,9, olumsuz etkiler boyutunun Cronbach  $\alpha$  değeri % 79,4 olarak bulunduğu belirtilmiştir (Ayaz vd., 2012).

Yapılan bu tez çalışmasında elde edilen sosyo-kültürel boyut olarak isimlendirilen ikinci boyuttaki ifadeler ile turizm eğitimi alan öğrencilere uygulanan kırsal turizm çalışmasında ortaya çıkan olumlu etkiler isimli boyuttaki ‘‘kırsal turizmin kadınlara yeni iş imkânları yaratacağı ve kırsal turizmin tarihi yapıların korunmasını sağlayacağı’’ ifadeleri ortaktır. Ayrıca Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine yapılan araştırmadaki olumlu etkiler içerisindeki ‘‘ Kırsal turizm, doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur’’ ifadesi, tez çalışmasında çevresel boyut isimli üçüncü boyuta yer almaktadır. Yapılan tez çalışmasında ve turizm eğitimi alan öğrencilere uygulanan kırsal turizm çalışmasında yapılan faktör analizi sonucunda her iki çalışmada da görüşülen kitle için faktördeki ifadelerin ortak olduğu görülmüştür.

Sezer vd. tarafından yapılan Edirne-Çamlıca Beldesi'nde Kırsal Turizm ve Turizm Algısı üzerine yapılan çalışmada yöre halkının kırsal turizm ile ilgili algıları ve kırsal turizm faaliyetlerindeki rolünün ne olabileceğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmalarında 219 yöre halkı ile görüşerek sorulan ifadelerle 5'li likert ölçeği ile cevap vermeleri istenmiş ve faktör analizi uygulanarak 4 farklı algı grubunun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen algılar; kırsal turizmin yöreye olumlu etkisi olacağı algısı, kırsal turizm'in yörenin sosyal yaşantısına olumsuz etki edeceği algısı, kırsal turizm'in genç nüfusu yörede kalmaya yönelteceğine dair algı, kırsal turizm doğal çevreye zarar vereceği ile ilgili algı olarak adlandırılmıştır. Çalışmada uygulanan faktör analizine göre I. Faktör grubunun toplam varyansın % 32.688'sini, II. Faktör grubunun % 15.181'ini, III. Faktör grubunun % 8.108'ini ve IV. Faktör grubunun % 6.998'ini ve toplam varyansın % 68,586'sını açıkladığı belirtilmiştir. En yüksek varyansa sahip olan 1.Algı grubu içerisinde kırsal turizm, yerel halkı kültür ve çevreyi değerlendirmeye teşvik edeceği, yeni turizm işletmeleri ile yerel ekonomiyi canlandıracağı ve çeşitlendireceği, kültürel değerlerin korunmasını sağlayacağı, kadınlara yeni iş imkânları yaratacağı, doğal çevreyi koruyacağı, yerel halkın yaşam standardını yükselteceği, yeni iş imkânları yaratacağı, tarihi yapıların korunmasını sağlayacağı ve kırsal bölgelerde emlak fiyatlarını arttıracığına yönelik algılar bulunmaktadır (Sezer vd., 2013). Bu araştırmadaki kırsal turizmin yöreye olumlu etkisi algısı isimli boyutta yer alan kültürel değerlerin korunmasını sağlayacağı ve kadınlara yeni iş imkânları yaratacağı ifadeleri yapılan tez çalışmasındaki sosyo-kültürel boyuttaki ifadeler ile aynı olduğu görülmektedir.

Boyut 3, 0,835'lük öz değer ile toplam varyansın % 67'sini açıklamaktadır. Bu boyutun içerdiği ifadeler dikkate alınarak 'Çevresel Boyut' olarak adlandırılmıştır. Çevresel boyutu oluşturan ifadeler incelendiğinde en yüksek katkıyı 0,864 ile 'Kırsal turizm doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur' ifadesi sağlamaktadır. Boyuta en düşük katkıyı ise 0,715 ile "Kırsal turizm tarımsal alanlara zarar verir " ifadesi vermektedir. Bu boyuta göre yerel halk ve çiftçiler kırsal turizmin çevresel açıdan olumlu etkilerinin olacağına inanırlarken, boyuttaki en düşük katkıyı sağlayan "kırsal turizmin tarımsal alanlara zarar verir" ifadesini algılamalarının kararsızlığa yakın olduğu saptanmıştır. Bunun sebebi olarak görüşülen yerel halk ve çiftçilerin görüşlerinin tarım arazilerinde kırsal turizm etkinliklerinin kontrolsüz yapılacağı düşüncesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Boyut 4, 0,779'luk öz değer ile toplam varyansın % 74'ünü açıklamaktadır. Bu boyutun içerdiği ifadeler dikkate alınarak "Etkileşim Boyutu" şeklinde isimlendirilmiştir. Boyutu oluşturan ifadeler incelendiğinde en yüksek katkıyı 0,889 ile "Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile halkın bilinç ve bilgi düzeyi artar" ifadesi sağlamaktadır.

Boyut 5, 0,598'lik öz değer ile toplam varyansın % 71'ini açıklamakta olup "Farkındalık Boyutu" olarak isimlendirilmiştir. Boyutu oluşturan ifadeler incelendiğinde en yüksek katkıyı 0,861 ile "Mordoğan kırsal turizmi karşılayacak yeterli arz kapasitesine sahiptir" ifadesi sağlamaktadır.

Boyut 6 ise, 0,649'luk öz değer ile toplam varyansın % 83'ünü açıklamaktadır. Bu boyut içerdiği değişkenler dikkate alınarak "Yöresel Gelişim Boyutu" olarak adlandırılmıştır. Boyutu oluşturan değişkenler incelendiğinde en yüksek katkıyı 0,866 ile "Kırsal turizmin gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmaları artış gösterir" değişkeni sağlamaktadır.

Yapılan çalışma ile kırsal turizm algısını ortaya çıkarmaya ilişkin 19 ifadeden altı boyut oluşmaktadır (Çizelge 5.27). Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarına ait 19 ifadenin aritmetik ortalamaları 2,43 ila 2,95 arası değer almıştır. Yerel halk ve çiftçiler kırsal turizm algı boyutlarının aritmetik ortalaması 2,78 olarak tespit edilmiştir. Standart sapmalar ve aritmetik ortalamalar dikkate alındığında ankete katılan yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarına ilişkin ifadelere genel olarak katılıyorum cevabını verdikleri saptanmıştır. Çizelge 5.29'da görüldüğü üzere standart sapması en az olan ifade "Mordoğan'a ait tanıtımların internet üzerinden yapılması daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sağlar" ifadesidir. Standart sapması en yüksek olan ifade ise "Kırsal turizm tarımsal alanlara zarar verir." ifadesidir. Standart sapmanın yüksek olduğu ifade ile yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm kapsamında uygulanacak etkinlikler sonucunda tarımsal alanların zarar göreceği konusunda ortak bir görüşe sahip oldukları belirlenmiştir. Görüşülen yerel halk ve çiftçiler tarım alanlarının zarara uğramaması için kırsal turizm kapsamında uygulanacak olan etkinliklerin belirli kontroller ile yapılması gerektiğini savunmuşlardır.



Araştırmada, faktör analizi sonucunda ortaya çıkan boyutlardaki ifadelerin genel olarak olumlu etkiler olması ve kırsal turizm kapsamında yapılmış olan diğer çalışmalarda da kırsal turizmin genellikle olumlu etkileri ile karşılaşılması, kırsal turizmin yörede gelişmesi durumunda olumlu etkilerinin olacağı algılandığı tespit edilmiştir. Yapılan çalışmada yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarına etki eden faktörlerden öz değeri en yüksek olan boyut 1 “Ekonomik Boyutu” olarak gözlenmiştir. Ekonomik açıdan kırsal turizmin turizm mevsimini uzatması, yerel ürünlere pazar oluşturması, gelir kaynaklarını çeşitlendirmesi ve gençlere ve kadınlara istihdam yaratması bakımından algılanıyor olmasıyla Mordoğan beldesine büyük katkı sağlayacağı konusunda hem fikir oldukları saptanmıştır.

Faktör analizinde elde edilen boyutların yerel halk ve çiftçiler açısından farklılığın anlamlı olup olmadığını belirlemek için önce normal dağılışa uyup uymadığı daha sonra da iki grup olması nedeniyle Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Kolmogorov Smirnov testi sonuçlarına göre ( $p < 0,05$ ) boyutlar normal dağılışa uymamaktadır. Çizelge 5.30’da boyutların normal dağılım test sonuçları verilmiştir.

Çizelge 5.30. Normal dağılım test sonuçları

Boyutlar	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	sd	P	İstatistik	sd	P
Boyut 1- Ekonomik Boyutu	0,470	168	0,000	0,362	168	0,000
Boyut 2- Sosyo-Kültürel Boyutu	0,481	168	0,000	0,317	168	0,000
Boyut 3-Çevresel Boyutu	0,273	168	0,000	0,807	168	0,000
Boyut 4- Etkileşim Boyutu	0,414	168	0,000	0,649	168	0,000
Boyut 5-Farkındalık Boyutu	0,271	168	0,000	0,818	168	0,000
Boyut 6-Yöresel Gelişim Boyutu	0,407	168	0,000	0,642	168	0,000

Araştırma kapsamında görüşülen yerel halk ve çiftçilerin faktör analizinden elde edilen altı boyuta göre kırsal turizm algıları ile ilgili analiz Çizelge 5.31’ de verilmiştir. Çizelge 5.30 incelendiğinde  $p > 0,05$  olanlarda görüş farklılığı olmadığı gözlenmekte ve  $p < 0,01$ ,  $p < 0,05$  ve  $p < 0,10$  olanlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılığın olduğu anlaşılmaktadır. Görüşülen bireylerin yerel halk ve çiftçi olma durumlarına göre kırsal turizm algıları incelendiğinde ekonomik ve sosyo-kültürel boyutlarda görüş farklılıkları tespit edilmiştir. Çiftçilerin kırsal turizmi ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan daha önemli bir faaliyet olarak algıladıkları saptanmıştır.

Ekonomik boyut olarak adlandırılan boyutta ‘yurt dışından giriş yapan yabancılara yönelik yöremizdeki tarihi ve kültürel değerleri gösteren broşürlerin verilmesi yörede henüz gelişmemiş olan dış turizmi artıracığı, kırsal turizmin yöredeki el sanatları ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlayacağı ve turistlerin yapacakları alışverişlerin şehir esnafını olumlu etkileyeceği’ görüşlerinde farklılık olduğu belirlenmiştir. Sosyo-kültürel boyut olarak isimlendirilen boyutta ‘yöremize yerli turistlerin ve yabancı turistlerin gelmesi esnafı ve yerel halkı mutlu edeceği, yöredeki tarihi varlıkların kırsal turizmi olumlu yönde etkileyeceği ve yörede yaşayan gençlerin ve kadınların sosyal yaşama katılımlarının artacağı’ ifadelerinde farklı görüşler gözlenmektedir. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları ölçen boyutlar açısından yöresel gelişim boyutunda bir farklılık gözlenmezken boyuttun içerisindeki ifadelerde görüş farklılıkları gözlenmiştir. Boyutta yer alan ‘kırsal turizmin gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmalarının artacağı ve yörede kırsal turizmin gelişmesi ile ulaşım ve iletişim kanallarının artış göstereceği’ ifadelerinde farklı görüşlerin olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5.31).

Çizelge 5.31.Mordoğan Beldesinde yaşayan yerel halk ve çiftçilerin Faktör Analizinden elde edilen boyutlara göre kırsal turizm algıları

Boyutlar ve İfadeler	Yerel Halk	Çiftçi	Toplam	
	Ort.	Ort.	Ort.	P
<b>Boyut 1: Ekonomik Boyut***</b>	<b>2,88</b>	<b>2,97</b>	<b>2,92</b>	<b>0,008</b>
İfade 52- Yurt dışından giriş yapan yabancılara yönelik yöremizdeki tarihi ve kültürel değerleri gösteren broşürlerin verilmesi yörede henüz gelişmemiş olan dış turizmi artırır. **	2,87	2,98	2,92	0,025
İfade 53- Turizm yöredeki el sanatları ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlar.**	2,87	2,98	2,92	0,037
İfade 54- Turistlerin alışverişi şehir esnafını olumlu etkiler.**	2,89	2,98	2,93	0,037
İfade 57- Kırsal turizm yerel ürünler için bir pazar oluşturur.	2,88	2,97	2,92	0,144
İfade 61- Yörede kırsal turizmin gelişmesi turizm mevsimini uzatır.	2,87	2,94	2,90	0,395
<b>Boyut 2: Sosyo-Kültürel Boyutu***</b>	<b>2,89</b>	<b>2,98</b>	<b>2,93</b>	<b>0,009</b>
İfade 3- Yöredeki tarihi varlıklar (kilise, tarihi evler vb.) kırsal turizmi olumlu yönde etkiler. **	2,84	2,97	2,89	0,023
İfade 7- Yöremize yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistlerin gelmesi esnafı ve halkı mutlu eder.**	2,92	3,00	2,95	0,048
İfade 13- Yörede yaşayan gençlerin ve kadınların sosyal yaşama katılımları artar.***	2,85	3,00	2,91	0,010
İfade 25- Mordoğan'a ait tanıtımların İnternet üzerinden yapılması daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sağlar.	2,94	2,97	2,95	0,569
<b>Boyut 3:Çevresel Boyutu</b>	<b>2,58</b>	<b>2,59</b>	<b>2,58</b>	<b>0,616</b>
İfade 32 (-1)- Kırsal turizm tarımsal alanlara zarar verir.	2,46	2,54	2,49	0,487
İfade 33- Kırsal turizm doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur.	2,52	2,55	2,54	0,787
İfade 34- Kırsal turizm çevre bilincinin gelişmesini sağlar.	2,61	2,60	2,61	0,573
İfade 35- Kırsal turizm çevre korumaya yönelik politikaların geliştirilmesini destekler	2,72	2,69	2,71	0,550
<b>Boyut 4: Etkileşim Boyutu</b>	<b>2,74</b>	<b>2,68</b>	<b>2,72</b>	<b>0,495</b>
İfade 16- Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile yeni teknolojik ürünleri kullanımı artar.	2,76	2,71	2,74	0,213
İfade 17- Yöre insanının turistlerle etkileşimi ile halkın bilinç ve bilgi düzeyi artar.	2,73	2,65	2,70	0,211

Çizelge 5.31. Mordoğan Beldesinde yaşayan yerel halk ve çiftçilerin faktör analizinden elde edilen boyutlara göre kırsal turizm algıları (Devam)

Boyutlar ve İfadeler	Yerel Halk	Çiftçi	Toplam	
	Ort.	Ort.	Ort.	P
<b>Boyut 5: Farkındalık Boyutu</b>	<b>2,59</b>	<b>2,44</b>	<b>2,49</b>	<b>0,229</b>
İfade 1- Kırsal turizm etkinlikleri hakkında bilgi sahibiyim.	2,48	2,37	2,43	0,153
İfade 27- Mordoğan kırsal turizmi karşılayacak yeterli arz kapasitesine sahiptir.	2,58	2,51	2,55	0,130
<b>Boyut 6: Yöresel Gelişim Boyutu</b>	<b>2,85</b>	<b>2,96</b>	<b>2,89</b>	<b>0,905</b>
İfade 18- Kırsal turizmin gelişmesi sayesinde yörede restorasyon çalışmaları artış gösterir.**	2,83	2,95	2,88	0,040
İfade 19- Yörede kırsal turizmin gelişmesi ile ulaşım ve iletişim kanalları artış gösterir**	2,87	2,97	2,91	0,035

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(-1) Ters kodlanmıştır.

## **5.5. Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Yerel Halk ve Çiftçilerin Kırsal Turizm Algılarının Belirlenmesi**

Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında sosyo-demografik özelliklerinde etkisi vardır. Bu özelliklerin genel olarak algılamalarda etkili olduğu akademik çalışmalarda görülmüştür. Kırsal turizm algısını etkileyen özellikler; yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, gelir, medeni durum, hane halkı sayısı, sahip olunan çocuk sayısı, bölgede ikamet etme süresi ve ikamet edilen evin mülkiyeti gibi demografik değişkenler olarak sayılabilir.

Bu bölümde Mordoğan beldesinde görüşülen yerel halkın ve çiftçilerin sosyo-demografik özellikleri ile kırsal turizm algılarını ortaya çıkaran faktör analizi sonucunda elde edilen altı boyut açısından fark olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Verilerin normal dağılımları Kolmogorov-Smirnov testi ile test edilerek incelenmiş ve normal dağılmadıkları gözlenmiştir ( $p < 0,05$ ) (Çizelge 5.30). Elde edilen veriler normal dağılım durumu sağlamadığından, yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarının demografik özellikleri ve faktör analizi sonucunda elde edilen boyutlara göre parametrik olmayan (nonparametrik) testler uygulanarak farklılıklar açıklanmaya çalışılmıştır ( $p < 0,05$ ). Çalışmada yerel halk ve çiftçilerin sosyo-demografik özelliklerine göre kırsal turizm algılarında fark olup olmadığını ortaya koymak istenildiğinden Mann Whitney U testi kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık sınırı  $p < 0,01$ ,  $p < 0,10$  ve  $p < 0,05$  olarak kabul edilmiş, elde edilen bilgiler tablolar aracılığıyla açıklanmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

### **5.5.1. Yaş gruplarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi**

Yaşlara göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarıyla ilgili analiz Çizelge 5.32 'de verilmiştir. Yaş grupları açısından yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı boyutları arasında 18-65 yaş grubunda istatistik olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak 66-79 yaş grubunda ekonomik ve sosyo-kültürel boyut ile 80 ve üzeri yaş grubunda ise etkileşim ve farkındalık boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Sıra ortalaması incelendiğinde 66-79 yaş grubunun kırsal turizm algısında çiftçilerin yerel halka göre ekonomik ve sosyo-kültürel boyutta daha olumlu düşüncelere sahip

olduđu ile 80 ve üzeri yař grubunun etkileřim ve farkındalık boyutunda daha olumsuz dūřüncelere sahip olduđu sōylenbilir.



Çizelge 5.32. Yaş gruplarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo-Kültürel Boyut		Boyut 3- Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5- Farkındalık Boyutu		Boyut 6-Yöresel Gelişim Boyutu	
Yaş Grupları	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
18-65	Yerel Halk	24,91	0,264	25,81	0,815	26,03	0,982	26,49	0,668	25,07	0,440	26,38	0,731
	Çiftçi	28,89		26,50		25,93		24,71		28,46		25,00	
66-79	Yerel Halk	40,23	0,055*	38,34	0,001***	42,65	0,883	43,32	0,870	45,74	0,260	41,76	0,537
	Çiftçi	45,98		48,00		43,38		42,66		40,06		44,33	
80 ve üzeri	Yerel Halk	15,82	0,228	16,30	0,750	16,05	0,666	18,30	0,068*	18,61	0,044**	18,00	0,113
	Çiftçi	18,00		16,95		17,50		12,55		11,85		13,20	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

### 5.5.2. Cinsiyete göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi

Cinsiyetlerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarıyla ilgili yapılan Mann Whitney U testinin sonucu Çizelge 5.33' de verilmiştir. Cinsiyetlerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında kadınların algılarında istatistiki olarak anlamlı farklılık gözlenmemiştir. Erkeklerin ise ekonomik ve sosyo-kültürel boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Sıra ortalaması incelendiğinde erkek olan yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında çiftçilerin, yerel halka göre ekonomik ve sosyo-kültürel boyutu daha fazla önemsedikleri söylenebilir. Beldenin kırsal turizm açısından algısında erkek olan yerel halkın ve çiftçilerin ekonomik ve sosyo-kültürel anlamda kadınlara oranla daha olumlu değişimlerin olacağını düşünmektedirler.



Çizelge 5.33. Cinsiyetlerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo- Kültürel Boyut		Boyut 3- Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5- Farkındalık Boyutu		Boyut 6-Yöresel Gelişim Boyutu	
Cinsiyet	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
Erkek	Yerel Halk	46,31	0,020**	45,69	0,010***	48,07	0,398	51,14	0,804	54,11	0,213	50,54	0,987
	Çiftçi	54,22		54,76		52,65		49,93		47,30		50,46	
Kadın	Yerel Halk	33,67	0,275	33,64	0,167	35,05	0,603	34,96	0,608	34,42	0,939	34,71	0,815
	Çiftçi	38,38		34,88		31,92		32,33		34,88		33,50	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

Kırklareli ve yöresindeki kırsal turizme yönelik olarak yapılan çalışmada, yerel halkın cinsiyetlere göre yöreye gelen turistlerin yörenin kültür ve geleneklerine ilgi duyduğu (0.042), yöredeki gençlerin ve kadınların toplumdaki yerlerinin güçleneceği (0.039) ve yörede yaşayanların kırsal turizm sayesinde iş ve gelir elde edeceği (0.025) görüşlerinde farklılıkların olduğu gözlenilmiştir (Morgül, 2006).

Kazdağı yöresinde yaşayan yerel halkın kırsal turizm bakışının değerlendirildiği yüksek lisans tezinde, cinsiyete göre yerel halkın, kırsal turizmin yöreye gelen turistlerin yaşam biçimlerinin yöre kültürünü bozacağı, suç olaylarında artışa sebep olacağı, kırsal turizmin yöredeki tarımsal gelişime yardımcı olacağı ve kamu hizmetlerinin kapasitesini artıracığı konusunda görüş farklılıklarının olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca doğal ve kültürel kaynakların korunmasını artıracığı konusunda farklı görüşlerin olduğunu belirtmiştir (Emiroğlu, 2013).

Kırklareli ve yöresindeki kırsal turizme yönelik olarak yapılan çalışmada cinsiyete göre kırsal turizm algılarının yörede yaşayan gençlerin ve kadınların sosyal yaşama katılımlarının artacağı yönünde görüşlerin olduğu belirtilmiştir (Morgül, 2006). İki çalışmada da yörede kırsal turizm algılarının ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan önemli olduğu gözlenmiştir.

### **5.5.3. Eğitim durumlarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi**

Eğitim durumlarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarıyla ilgili analiz Çizelge 5.34 'de verilmiştir. Eğitim durumları açısından yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı boyutları arasında ortaokul, lise ve üniversite eğitim düzeyinde olan grupta istatistik olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak ilkokul düzeyinde olan grupta ekonomik ve sosyo-kültürel boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Görüşülen yerel halk ve çiftçilerin eğitim seviyelerinin artmasıyla boyut skorlarının düştüğü gözlenmiştir.

Çizelge 5.34. Eğitim durumlarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo-Kültürel Boyut		Boyut 3- Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5- Farkındalık Boyutu		Boyut 6-Yöresel Gelişim Boyutu	
Eğitim Durumu	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
İlkokul	Yerel Halk	32,79	0,073*	32,15	0,054*	32,85	0,357	35,18	0,932	37,79	0,241	34,79	0,919
	Çiftçi	37,03		37,61		36,97		34,83		32,44		35,19	
Ortaokul	Yerel Halk	11,54	0,563	11,54	0,338	13,25	0,324	11,42	0,576	11,50	0,680	11,17	0,424
	Çiftçi	12,50		12,50		10,64		12,64		12,55		12,91	
Lise	Yerel Halk	25,04	0,590	24,73	0,323	25,78	0,807	26,82	0,195	25,49	0,990	26,54	0,306
	Çiftçi	26,81		27,69		24,69		21,73		25,54		22,54	
Üniversite (Önlisan, Lisans ve Lisansüstü)	Yerel Halk	11,67	0,347	11,81	0,509	11,86	0,736	12,12	0,737	12,17	0,688	12,12	0,737
	Çiftçi	15,50		14,00		13,50		10,75		10,25		10,75	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

Kırklareli ilinde yapılan tez çalışmasında yerel halkın eğitimlerine göre farklılık gösteren değişkenlerini kırsal turizme yönelik olarak yapılan pansiyonculuk ve yapılan etkinliklerin yörede hareketliğe neden oluşu ile ilgili olduğu belirtilmiştir. Görüş farklılığının ankete katılanların bir kısmının pansiyonculuk hizmetlerini istememeleri ile özellikle de kırsal alanda yaşayanların evlerini ziyaretçilere açmayı düşünmemeleri nedeniyle ortaya çıktığı vurgulanmıştır (Morgül, 2006).

Kazdağı yöresinde yaşayan yerel halkın kırsal turizm bakışının değerlendirildiği yüksek lisans tezinde ise kırsal turizmin halkın gelirlerini ve yaşam standartlarını artıracakı konusunda farklı bakış açılarının olduğu belirtilmiştir (Emiroğlu, 2013).

#### **5.5.4. Gelir düzeylerine göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi**

Yıllık gelirlerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları incelendiğinde 40.000 ve üzeri gelir grubunda istatistik olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak 0-20.000 gelir grubunda ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyut ile 20.001-40.000 gelir grubunda ise etkileşim ve yöresel gelişim boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Yıllık gelirlere göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları Çizelge 5.35’de verilmiştir. Sıra ortalaması incelendiğinde 0-20.000 TL gelir grubunda yer alan yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında çiftçilerin, yerel halka göre ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutu daha fazla önemsedikleri gözlenmiştir. Ayrıca 20.001-40.000TL gelir grubunda yerel halkın, çiftçilere göre etkileşim ve yöresel gelişim boyutunu daha fazla önemseddiği gözlenmiştir. 0-20.000TL gelir grubunda yer alan yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi ekonomik açıdan önemli görmesi daha fazla gelir elde etmek istemeleri ile ilişkilendirilebilir.

Çizelge 5.35. Yıllık gelirlerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo-Kültürel Boyut		Boyut 3-Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5-Farkındalık Boyutu		Boyut 6-Yöresel Gelişim Boyutu	
Gelir (TL)	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
0-20.000	Yerel Halk	29,73	0,077*	29,82	0,092*	29,09	0,049**	30,55	0,610	31,29	0,755	30,18	0,348
	Çiftçi	37,50		37,00		40,75		33,30		29,50		35,20	
20.001-40.000	Yerel Halk	27,91	0,306	28,65	0,703	28,96	0,930	32,41	0,010***	30,03	0,507	31,51	0,060*
	Çiftçi	31,03		29,65		29,25		22,70		27,10		24,35	
40.000+	Yerel Halk	25,27	0,857	23,63	0,150	29,13	0,220	26,70	0,610	29,63	0,152	27,80	0,311
	Çiftçi	25,60		26,30		23,94		24,99		23,73		24,51	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

Kırklareli ve yöresindeki kırsal turizme yönelik olarak yapılan anket çalışmasında gelirler itibariyle kırsal turizm algılarında istatistiki olarak farklılık gözlenmemiş olup, yörede yaşayan halkın gelirleri ne olursa olsun kırsal turizme olumlu baktığı vurgulanmıştır (Morgül, 2006). Yapılan tez araştırmasında ise gelirlerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında farklılıklarının olduğu belirlenmiştir.

#### **5.5.5. Medeni durumlarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi**

Medeni durumlarına göre görüşülen yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları Çizelge 5.36'da verilmiş olup çizelge incelendiğinde evli olmayan grupta istatistik olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak evli olan grupta ekonomik ve sosyo-kültürel boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Sıra ortalaması incelendiğinde evli olan yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında çiftçilerin, yerel halka göre ekonomik ve sosyo-kültürel boyutu daha fazla önemsedikleri saptanmıştır. Evli olan yerel halk ve çiftçilerin beldenin kırsal turizm açısından algısında ekonomik ve sosyo-kültürel anlamda olumlu değişimlerin olacağını evli olmayanlara oranla daha olumlu düşünmektedirler.

Çizelge 5.36. Medeni durumlarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo- Kültürel Boyut		Boyut 3- Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5- Farkındalık Boyutu		Boyut 6-Yöresel Gelişim Boyutu	
Medeni Durum	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
Evli	Yerel Halk	64,78	0,023**	64,25	0,009***	68,77	0,938	71,54	0,314	72,22	0,267	70,13	0,654
	Çiftçi	74,10		74,75		69,27		65,93		65,10		67,64	
Evli Olmayan	Yerel Halk	15,54	0,338	15,79	0,491	15,88	0,368	15,96	0,939	16,30	0,546	15,96	0,783
	Çiftçi	20,33		18,00		17,17		16,33		13,17		16,33	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

### **5.5.6. Hane halkı sayılarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi**

Hane halkı sayılarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarıyla ilgili analiz Çizelge 5.37 'da verilmiştir. Hane halkı sayıları açısından yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı boyutları arasında yalnız yaşayanlar grubunda istatistik olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak 2 veya 3 kişi yaşayanlar grubunda ekonomik ve etkileşim boyut ile 4 ve daha fazla kişi yaşayanlar grubunda ise sosyo-kültürel boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Sıra ortalaması incelendiğinde 2 veya 3 kişi yaşayan yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında çiftçilerin, yerel halka göre ekonomik boyutu, yerel halkında etkileşim boyutunu daha fazla önemsedikleri gözlenmiştir. Dört ve daha fazla kişi yaşayan yerel halk ve çiftçilerde ise sosyo-kültürel boyutu çiftçilerin daha fazla önemseydiği görülmüştür.



Çizelge 5.37. Hane halkı sayılarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo-Kültürel Boyut		Boyut 3- Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5- Farkındalık Boyutu		Boyut 6- Yöresel Gelişim Boyutu	
Hane Halkı Sayısı	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
Yalnız Yaşayanlar	Yerel Halk	5,28	0,431	5,39	0,617	5,56	0,858	5,33	0,519	5,22	0,346	5,33	0,521
	Çiftçi	7,50		6,50		5,00		7,00		8,00		7,00	
2 veya 3 kişi yaşayanlar	Yerel Halk	48,56	0,059*	49,47	0,225	50,33	0,724	53,70	0,098*	52,58	0,400	52,34	0,417
	Çiftçi	56,27		54,30		52,44		45,19		47,59		48,11	
4 ve daha fazla kişi yaşayanlar	Yerel Halk	28,02	0,422	26,44	0,020**	30,50	0,504	26,82	0,296	31,52	0,279	28,16	0,674
	Çiftçi	29,77		31,00		27,83		30,70		27,03		29,66	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

### **5.5.7. Çocuk sayılarına göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi**

Çocuk sayılarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarıyla ilgili analiz Çizelge 5.38’ de verilmiştir. Sahip olunan çocuk sayıları açısından yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı boyutları arasında çocuğu olmayan ve tek çocuğu olan grubunda istatistik olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak iki çocuklu grubunda sosyo-kültürel boyut ile üç ve daha fazla çocuklu grubunda ise ekonomik ve sosyo-kültürel boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Sıra ortalaması incelendiğinde iki çocuklu olan yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında çiftçilerin, yerel halka göre sosyo-kültürel boyutu daha fazla önemseydiği ve üç ve daha fazla çocuklu olan çiftçilerin yerel halka göre ekonomik ve sosyo-kültürel boyutu daha fazla önemseydiği gözlenmiştir. Dolayısıyla yerel halk ve çiftçilerde çocuk sayısının artması ile ekonomik boyut algılarının artması kırsal turizmin gelir çeşitlendirici ve kazanç sağlayıcı özelliğine bağdaştırmak mümkündür. Gelirin çeşitlendirilmesi ile ailenin çocuklarına bakma durumunun iyileşmesi yönünden kırsal turizm ekonomik açıdan önemli algılanmaktadır.

Çizelge 5.38. Çocuk sayılarına göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo- Kültürel Boyut		Boyut 3- Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5- Farkındalık Boyutu		Boyut 6- Yöresel Gelişim Boyutu	
Çocuk Sayısı	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
Çocuğu olmayan	Yerel Halk	19,16	0,362	19,37	0,602	19,21	0,569	19,54	0,923	19,91	0,396	19,47	0,947
	Çiftçi	23,50		21,00		22,83		19,00		14,67		19,83	
Tek çocuklu	Yerel Halk	15,87	0,561	15,79	0,473	15,58	0,477	18,00	0,194	15,05	0,269	17,00	0,678
	Çiftçi	17,42		17,54		17,85		14,31		18,62		15,77	
İki çocuklu	Yerel Halk	29,81	0,113	29,33	0,030**	32,43	0,616	32,10	0,700	34,01	0,166	31,57	0,964
	Çiftçi	33,85		34,50		30,21		30,67		28,02		31,40	
Üç ve daha fazla çocuklu	Yerel Halk	16,73	0,056*	14,50	0,008***	17,04	0,489	17,77	0,713	19,19	0,753	18,62	0,951
	Çiftçi	19,50		20,76		19,33		18,91		18,11		18,43	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

### **5.5.8. Mordoğan beldesinde ikamet etme sürelerine göre kırsal turizm algıları arasındaki farkın belirlenmesi**

Mordoğan beldesinde ikamet etme sürelerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarıyla ilgili analiz Çizelge 5.39'da verilmiştir. Mordoğan beldesinde İkamet etme süreleri açısından yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algı boyutları arasında 1 yıldan az, 1-5 yıl arası ve 6-10 yıl arası sürelerde ikamet eden gruplarda istatistik olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak 11-20 yıl Mordoğan beldesinde ikamet eden grubunda ekonomik boyut ile 20 yıldan fazla süre ikamet eden grubunda ise ekonomik ve sosyo-kültürel boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Görüşülen yerel halk ve çiftçilerin Mordoğan beldesinde ikamet etme süreleri arttıkça ekonomik ve sosyo-kültürel boyut skorlarının yükseldiği belirlenmiştir. Sıra ortalaması incelendiğinde 11-20 yıl Mordoğan beldesinde ikamet eden yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarında yerel halkın, çiftçilere göre ekonomik boyutu daha fazla önemseydiği ve 20 yıldan fazla süre ikamet eden çiftçilerin yerel halka göre ekonomik ve sosyo-kültürel boyutu daha fazla önemseydiği gözlenmiştir. Dolayısıyla Mordoğan beldesinde uzun süreli yaşayan yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi algılarında daha olumlu bir tutum içerisinde oldukları saptanmıştır.

Çizelge 5.39. Mordoğan beldesinde ikamet etme sürelerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo-Kültürel Boyut		Boyut 3- Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5- Farkındalık Boyutu		Boyut 6- Yöresel Gelişim Boyutu	
İkamet Etme Süresi	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
1 yıldan az	Yerel Halk	3,20	0,101	3,40	0,195	3,60	0,430	3,60	0,327	4,20	0,685	3,60	0,327
	Çiftçi	6,00		5,50		5,00		5,00		3,50		5,00	
1-5 yıl	Yerel Halk	8,27	0,483	8,50	1,000	8,04	0,405	8,58	0,869	8,04	0,288	8,92	0,198
	Çiftçi	9,50		8,50		10,50		8,17		10,50		6,67	
6-10 yıl	Yerel Halk	12,00	0,140	12,00	0,141	11,67	0,236	13,07	0,951	12,17	0,467	12,27	0,493
	Çiftçi	14,50		14,50		15,00		12,90		14,25		14,10	
11-20 yıl	Yerel Halk	11,50	0,017**	10,00	1,000	11,04	0,255	10,88	0,299	10,67	0,449	10,92	0,279
	Çiftçi	7,43		10,00		8,21		8,50		8,86		8,43	
20 yıldan fazla	Yerel Halk	46,75	0,005***	48,62	0,080*	51,51	0,825	51,98	0,626	54,22	0,175	50,09	0,659
	Çiftçi	56,73		54,21		50,31		49,67		46,65		52,22	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

### **5.5.9. İkamet edilen evin mülkiyet durumuna göre kırsal turizm alguları arasındaki farkın belirlenmesi**

Mordoğan beldesinde ikamet edilen evin mülkiyet durumuna göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algularıyla ilgili analiz Çizelge 5.40 'da verilmiştir. İkamet edilen evin mülkiyet durumu açısından yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizmi algı boyutları arasında kira olan gruplarda istatistik olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak tanıdığı evi olan grubun farkındalık boyutu ile ikamet edilen ev kendi mülkiyetinde olan grubun ekonomik ve sosyo-kültürel boyutunda yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algularında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Görüşülen yerel halk ve çiftçilerin ikamet ettikleri evlerin kendi mülkiyeti ve tanıdıklarının mülkiyetine ait olması kırsal turizm algı skorlarını yükselttiği ve bu farkın istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 5.40). Sıra ortalaması incelendiğinde tanıdığı evinde ikamet eden yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algularında yerel halkın, çiftçilere göre farkındalık boyutunu daha fazla önemseydiği ve kendi evinde ikamet eden çiftçilerin yerel halka göre ekonomik ve sosyo-kültürel boyutu daha fazla önemseydiği gözlenmiştir.

Çizelge 5.40. Mordoğan beldesinde ikamet etme sürelerine göre yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları

Boyutlar		Boyut 1- Ekonomik Boyutu		Boyut 2-Sosyo- Kültürel Boyut		Boyut 3-Çevresel Boyut		Boyut 4- Etkileşim Boyutu		Boyut 5- Farkındalık Boyutu		Boyut 6-Yöresel Gelişim Boyutu	
Mülkiyet Durumu	Kriter	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P	Sıra Ort.	P
Kira	Yerel Halk	15,83	0,330	16,08	0,503	16,29	0,783	16,85	0,630	16,38	0,876	16,56	0,936
	Çiftçi	19,42		18,33		17,42		15,00		17,00		16,25	
Tanıdığın Evi	Yerel Halk	7,50	1,000	7,36	0,602	7,00	0,369	7,09	0,329	8,45	0,078*	7,23	0,442
	Çiftçi	7,50		8,00		9,33		9,00		4,00		8,50	
Kendi evi	Yerel Halk	58,29	0,049**	58,21	0,031**	62,26	0,783	63,95	0,308	64,18	0,336	62,63	0,637
	Çiftçi	65,29		65,38		60,61		58,62		58,34		60,17	

\*\*\*Mann Whitney U testine göre 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Mann Whitney U testine göre 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

\* Mann Whitney U testine göre 0,10 düzeyinde anlamlıdır.

(1:Katılmıyorum, 2: Kararsızım, 3: Katılıyorum)

## 5.6. Kırsal Turizm Paydaşları İle Yapılan Görüşmelere Ait Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde kırsal turizm ile ilgili görüşülen paydaşların kırsal turizm hakkındaki görüşleri üzerine yapılan derleme sonucunda elde edilen veriler yer almaktadır. Karaburun ilçesi ve Mordoğan beldesinin kırsal turizm paydaşları ile açık uçlu sorulardan oluşturulmuş olan görüşme formu ile yüz yüze mülakat gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında konuyu daha anlaşılır hale getirmek için veya görüşülen kişinin düşüncelerini netleştirmek için ek sorular da sorulmuş ve görüşmelerin analiz kısmında betimleme yöntemi tercih edilmiştir.

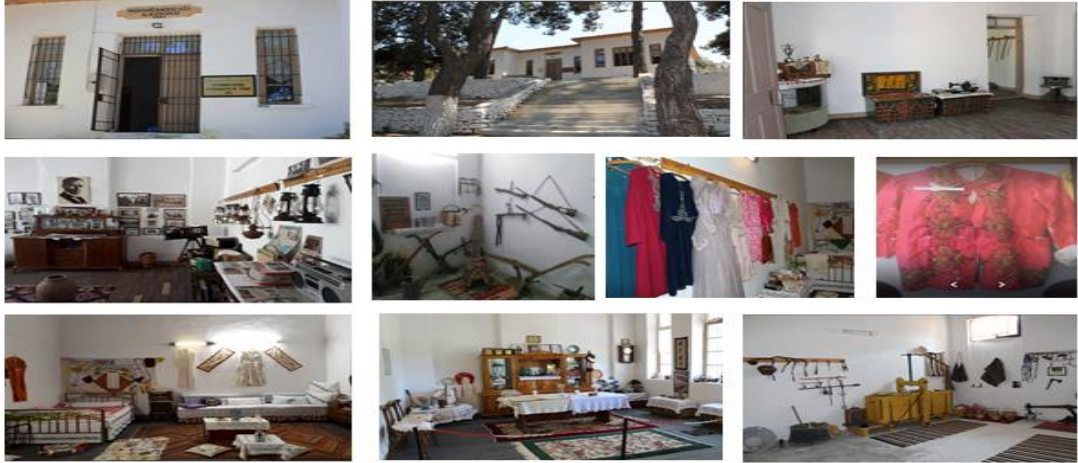
Görüşülen kırsal turizm paydaşlarından kırsal turizmi tanımlamaları istenildiğinde birden fazla tanımlama ile karşılaşmıştır. Kırsal turizm;

- Kırsal turizm bölgesel olarak pek çok kesimin katılımıyla gerçekleşebilecek geniş bir örgütlenme ve koordine içerisinde yönetilmesi ve yürütülmesi gereken bir pazar dilimi,
- Yerel sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak ve kırsal alanlar ile kentler arasında toplumsal dayanışma yaratmak amacıyla; doğal kaynakların, tarımsal alanların, kültürel mirasın, kırsal konutların, geleneklerin ve bölgesel kimliği yansıtacak “marka” olmuş ürünlerin turistik açıdan değerlendirilmesi,
- Yerli ve yabancı turistler tarafından kırsal alanlarda yer alan doğal varlıkların, kültürel özelliklerin farklı coğrafyalarda yaşayan insanlar tarafından tanınması, deneyimlenmesi, kırsal alanlarda yaşayanlarla birlikte zaman geçirilmesi ve yerel kalkınmaya katkı sağlanmasını amaçlayan turizm çeşidi,
- Kırsal alanlarda yaşayan yerel halkın izin verdiği ölçüde onların yaşamlarına dâhil olunması, onların doğal yaşamlarını sürdürmelerine zarar vermeden, yaşamlarını daha yaşanabilir hale getirmelerini sağlayacak, gelirlerini artıracak ve yerelde kalkınma sağlayacak olan turizm çeşidi,
- Tarımsal üretim faaliyetinde bulunan üreticilerin işletmelerine yerli ve yabancı turistlerin, hoşça vakit geçirmek, doğa ile iç içe olmak, üreticilerin

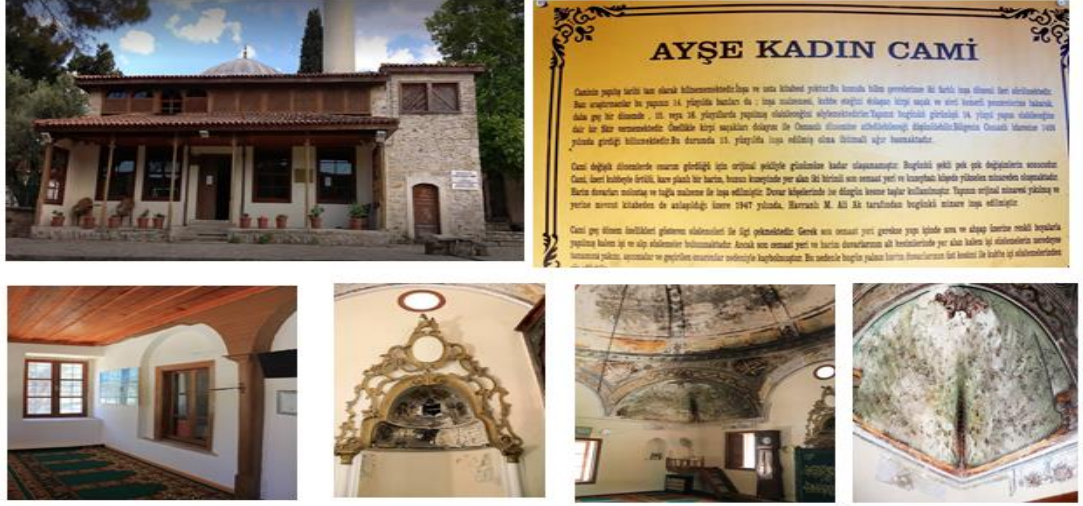


faaliyetlerine yardım etmek ve yörede yaşayan geleneksel ürünleri keşfetmek amacıyla kırsal alanlara yapılan gezilerden oluşan bir turizm türü olarak tanımlanmıştır.

Görüşülen kırsal turizm paydaşları Mordoğan beldesinin Karaburun Yarımadası sınırları içerisinde yer alması nedeniyle tek başına düşünülmemeyeceğini ve Karaburun İlçesi ile bir bütün olarak ele alınmasının daha doğru olacağını vurgulamışlardır. Araştırma alanı olarak Mordoğan beldesinin seçilmesinde; '2015 yılında çıkan kanun ile belediyelikten çıkararak Karaburun ilçesinin en kalabalık mahallesi olması, İzmir iline daha yakın mesafede, doğal kaynak zenginliğine sahip, kırsal turizm potansiyelinin yüksek ve henüz keşfedilmemiş bir alan olması ve yok olmaya başlayan tarımsal faaliyetlerin devamlılığının düşünülmesi' önemli etkenler olmuştur. Ayrıca Mordoğan beldesinin tam anlamıyla turizme bağımlı olmayışı, tarımın turizmden çok ekonomik faaliyet olarak yapılması ve kırsal turizm için pilot bir belde olabileceği düşünülmesi ile araştırma alanı olarak seçilmiştir. Kırsal turizm konusunda yapılan geniş literatür taraması sonucunda Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinde kırsal turizm potansiyeli hakkında yapılmış çalışmaya rastlanılmaması Mordoğan'ın araştırma bölgesi olarak seçilmesinin bir başka sebebidir.



Şekil 5.8. Müyesser Aktaş müzesinden görüntüler



Şekil 5.9. Ayşe Kadın Camisinden görüntüler

Paydaşlara Mordoğan'ın tarihi, kültürel ve doğal değerlerinin neler olduğu sorulduğunda kültürel yapı ve eserlerinin günümüze kadar korunamadığını, belirtmişlerdir. Bu soruya ayrıntılı ve doyurucu yanıtlar alınmıştır. Karaburun İlçesi ve Mordoğan beldesinde günümüze kadar gelebilen yapı ve eserler Mordoğan köyü kilisesi (yıkık kalıntıları), Tekke köyü kilisesi (duvarları ayakta kalan tek kilise) ve Parlak Köyü Kilisesi (yıkık kalıntıları) olduğunu ve Karaburun ilçesinde asırlık çınar ağaçlarının varlığından bahsetmişlerdir. Mordoğan beldesinin Eski Mordoğan köyünde Müyesser Aktaş Etnografya ve Tarih Evi adı altında Mordoğan'da doğmuş olan ve hala orada yaşayan Müyesser Aktaş tarafından 2008 yılında açılan yerel kültür evinde el sanatları ürünleri, geleneksel köy odası, yöresel giysiler, mutfak eşyaları sergilendiğini belirtmişlerdir. Eski Mordoğan köyünde bulunan Ayşe Kadın Camii'nin 700 yıl önce Ayşe Kadın isimli bir kızın vasiyeti üzerine annesi tarafından Türkiye'de bir eşi olmayan modeli Kâbe'den getirilen bir camii olarak yaptırıldığından bahsetmişlerdir. Ayrıca Mordoğan'ın nergisi, sümbülü, karanfili, zeytini genç kız tarafından çeyizine işlenmiş olup Camiyi yapan usta kızın elle işlediği bu motifleri camiinin kubbesine doğal ot ve yumurta beyazı karışımı boyalarla işlemiş olduğunu anlatmışlardır. Araştırma kapsamında Eski Mordoğan Köyündeki Ayşe Kadın Camii ve Müyesser Aktaş Müzesinin ziyareti gerçekleştirilmiş olup fotoğrafları aşağıda yer almaktadır (Şekil 5.8, Şekil 5.9).

Karaburun ilçesinde ve Mordoğan beldesinde halk hikayeleri, masallar, köy adları ile ilgili efsaneler, bilmece, maniler, ağıtlar, atasözleri, deyimler, dualar halk arasında

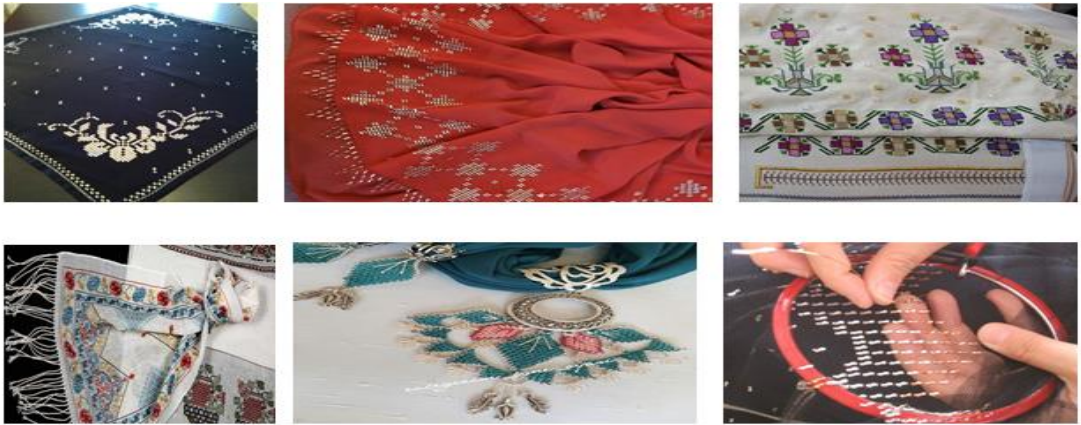
özellikle de yaşlılar arasında hala bilinmekte olduğunu, bunlardan ayrı olarak; doğum, sünnet, evlenme ve ölümlle ilgili adetlerin ve inançların eski önemlerini yitirseler de bir kısmının korunduğunu belirtmişlerdir. Karaburun ilçesinde halk edebiyatının manzum türlerinden olan türküler ve maniler günümüze kadar yaşatıldığını ve halen kullanılmakta oldukları belirtilmiştir. Karaburun Oyun Türküleri; “Asmalı Mençere”, “Hürmüz Hanım”, “Entarisi Ala Benziyor”, “Bülbül”, “Baygın Ayşem”, “Bozdağ”, “Saraylar Yaptırdım”, “Sinem Of”, “Karşıda Ayvalıklar”, “Tekirdağ”, “Sabahın Seher Vakti”, Hürmüz Hanım Zeybeği, Alay Oyunu, Ötme Bülbül Zeybeği, örnek olarak gösterilmiştir. Karaburun Halk Oyunları; “Yandım Ayşem”, “Hürmüz Hanım” ve “Sarı Olur Üst Yakanım Geveni” adımları derlenmiş olan oyunlar olup bu oyunların, Karaburun ve Mordoğan’da oluşturulan 16 kişilik gönüllü halk oyunları ekipleri (kadın-erkek) tarafından oynanmakta olduğu belirtilmiştir. Karaburun Ambarseki köyünde eski bir zeytinyağı fabrikasının restore edilmesiyle oluşturulan 3K Kavimler Kapısı Tiyatro Atölyesi’nde, hazırlanan oyunlar çeşitli yurt içi ve yurt dışı turnelerde sergilenmekte olduğu ve resmi kimliği ile etkinliklerin sürdürüldüğünden bahsetmişlerdir.

Karaburun ve Mordoğan’ın hurma zeytini, zeytinyağı, enginar, kelle (sepet) peyniri, kopanisti peyniri, siyah kuru üzüm, kekik ve kekik suyu, adaçayı vd. İzmir ili çevresinde ün yapmış tarım ürünleridir. Hurma Zeytini; herhangi bir fermantasyona tabi tutulmadan dalından koparılıp yenilebilen yöreye özgü bir üründür. Ağaçların bazı dallarında rüzgârın ve iklimin etkisiyle phomaoleae adlı mantarın faaliyete geçmesiyle hurma zeytin dalında olgunlaşarak, yenilecek hale gelmekte ve aynı ağaçta hem hurma hem de acı (normal) zeytin olabilmektedir. Karaburun Yarımadası Hurma zeytininin coğrafi işaretini alması için 2016 yılında Türk Patent Enstitüsüne başvuruda bulunulmuştur. Hurma Zeytini Türkiye’de coğrafi işaret tescili almış tarım ürünleri içerisinde yer almaktadır (Pektaş vd., 2018).



Şekil 5.10. Yöreye özgü yemekler

Karaburun ve Mordoğan'a özgü yemekler, geleneksel Ege mutfağı ile benzerlik gösterdiğini yine de yöreye özgü yerel tatların varlığından bahsetmişlerdir. Yöreye özgü yemekler: pesemet (peksimet), keşkek, çullama, çalkama, zingata, macır pidesi, soğan göbeği tavası, sarımsak tavası, kıymız böreği, masır böreği, ne gerek böreği, tavuklu börek, öküz köftesi, korman köftesi, dede sarığı, südürme (höşmerim), enginar reçeli, karabaş otu reçeli, portakal çiçeği reçeli olarak sıralamışlardır. Yöreye özgü ve halen üretilen el sanatlarını Tel Kırması, Kalbur İğnesi, Karanfilli Kolye, Gelin Süpürgesi, Boncuklu Sepet ve Peset olarak dile getirmişlerdir (Şekil 5.10).



Şekil 5.11.Yöreye özgü el sanatları

Karaburun' da Kabak zingatası, Tava katmeri, Otlı Börek, El Böreği, "Dede Sarığı" (kelle peyniri rendesi ve sütlü peynir), Ot salatası, Yoğurtlu "Masır Böreği", Patlıcan Dalangısı, Patlıcan mücveri, Börülce salatası, Patlıcan bastı, Keşkek, Fava bakla, Lor böreği, Arapsaçı yemeği, Kabak çiçeği dolması, Arapsaçı köftesi, Sarmaşık yemeği,



Pirinçli börek, Tavşan çullam, Körmen (Yabani Sarımsak) Köftesi ve Öküz Köftesi meşhurdur. Karaburun' daki meşhur tatlılar, Kesme Tatlı, Lor tatlısı, Damat tatlısı, Sündürme" adlı peynir tatlısı, Cevizli kıvrıma, Nişan tatlısı, Fırında ceviz tatlısıdır. Pelte Reçel ve bal çeşitleri, enginar ve karabaşotu çiçeği reçelleri, on binlerce çeşitli şifalı ot-bitki örtüsünden oluşan çiçek balı bulunmaktadır. Kopanisti peyniri (acı peynir), Keçi sütünden yapılan lor, Kelle peyniri, Tulum peyniri, Sepet peyniri, Kurutulmuş enginar çiçeği tohumu ile mayalanan sütle yapılan özel peynir meşhurdur. Peksimet (Sarpıncık, Parlak, Salman, Küçükbahçe ve Yayla köyleri), Odun fırını ekmeği ve un kurabiyesi (Mordoğan ve Balıklıova) meşhurdur (Şekil 5.11).

Paydaşlara Mordoğan beldesinin kırsal turizm açısından zayıf ya da eksik olduğu yönleri sorduğunda öncelikle tarım sektöründeki sorunlardan bahsetmişlerdir. Karaburun ilçesi ve Mordoğan beldesinde tarım alanlarının yüz ölçümünün sınırlı, tarım potansiyelinin yeterince kullanılmıyor ve gün geçtikçe ekilebilir alanların azalıyor olması, çiftçilerin örgütlü, dış pazarlara açılacak nitelikte ve yenilikçi potansiyelinin olmayışı tehdit oluşturmakta olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca tarımsal sulama kaynaklarının yetersizliği, tarım alanlarının imara açılıp 2. konutla harcanması ve tarımla uğraşan nüfusun yok denecek kadar azalmasının tehdit oluşturduğunu vurgulamışlardır. İskân yapısının estetikten yoksun kötü görünümde olduğunu, plajlar, mahalleler, köyler arasındaki ulaşım da sorunların olduğunu, konaklama olanaklarının son 2-3 yıl yaz aylarında ve bayramlarda yeterli olmadığını, buna bağlı konaklama fiyatların da yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Donanımlı kamping alanlarının olmadığı, ev pansiyonculuğunun henüz gelişmemiş olduğu ve ev pansiyonculuğun en fazla geliştirilmesi gereken konaklama türü olduğunu vurgulamışlardır. Paydaşlar gezi, yerel ürünler, spor aktiviteleri, temalı kültür etkinlikleri gibi turizm destekleyici unsurların henüz yörede gelişmemiş olduğunu gözlemlemişlerdir. Bu konuda hem İBB (Efes-Mimas yolu, Zeytin Yolu, Bağ Yolu, Bisiklet Yolu, üretici destek programları gibi) hem de Karaburun Belediyesi (Nergis festivali, Mandalin festivali, Üzüm festivali, Karaburun Şenlikleri, Börklüce Şiir günleri gibi) değişik festivaller ve etkinlikler düzenleyerek önemli bir gayret sarf ettiğini vurgulamışlardır. Fakat bu konudaki iletişimin bazen eksik kaldığını, bu tür etkinliklerin takvimini ve ilçe ile ilgili diğer bilgileri içeren bir web sitesinin oluşturulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Görüşülen paydaşların çalıştıkları kurum ve bireysel olarak Mordoğan'daki kırsal turizm açısından yaptıkları çalışmalar sorulduğunda;

İYTE (İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü) Şehir ve Bölge Planlama Bölümü hocalarından görüştüğümüz katılımcı, yüksek lisans öğrencileri ile birlikte Karaburun Yarımadasındaki muhtarlara, öğretmenlere, doktorlara, belediye başkanına ve kaymakamlığa giderek 'Karaburun Yarımadasını Anlamak' adlı bir çalışma yürüttüklerini belirtmiştir. Bu çalışma ile yarımada özgü haritalar, raporlar oluşturularak yarımada ana potansiyelini ve temel sorunlarını ortaya koymaya çalıştıklarını ve yapılan araştırma sonucunda tüm yerel halkın katılımının sağlanacağı katılım toplantısı düzenlemişler ve bu toplantıya katılanların görüşlerini alarak sahip olunan değerleri korumaya yönelik çalışmalar yaptıklarını belirtmiştir. Görüştüğümüz paydaş Karaburun Yerel Gündem 21'in kurucularından olduğunu ve günümüzde bu kurumun Karaburun Kent Konseyi adını aldığını söylemiştir. Büyükşehir Belediyelerinin talebi üzerine İZKA tarafından oluşturulan İlçelerin Kalkınma Stratejilerinde belirtilenlerin hayata geçirilmeye başladığını belirtmiştir. Karaburun yarımadasında bağ yolları, yürüyüş rotaları, gibi rotaların çizildiğini ve bu rotalarda yerel üreticilerin ürünlerini satabilecekleri stantların kurulduğunu vurgulamıştır.

İYTE (İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü) Mimarlık fakültesinde görev yapan kırsal turizm paydaşımız olan katılımcımız İZKA'nın Kalkınma Stratejisi kapsamında çalışma yaptığını ve bu çalışmada bölgenin varlıklarını tespit edip onun üzerinden ne tür projeler yapılabilir oluşunu ortaya koymaya çalıştığını belirtmiştir. Yaptığı çalışma ile Mordoğan beldesinde doğa yürüyüşlerinin, günü birlik trekkinglerin ve endemik bitki türlerine yönelik gezilerin düzenlenebileceğini gözlemlemiştir.

Karaburun Kent Konseyinde sekreterlik yapan paydaşımız İzmir Kalkınma Ajansı 2011 Doğrudan Faaliyet Desteği (DFD) kapsamında, Karaburun Belediyesi tarafından yürütülen Karaburun Yarımadası Yerel Gündem 21/Karaburun Kent Konseyi'nin proje ortağı olduğunu "Karaburun'da Kırsal Turizmin Sektörel Analizi" konulu projeyi 26 Aralık 2011 - 26 Mart 2012 tarihleri arasında (3 ay) hazırlayarak tamamladıklarını belirtmiştir. Projenin özünü oluşturan analizler; Karaburun'un kırsal turizm potansiyelini saptamak üzere, arz, talep ve pazar analizlerini

yaptıklarını, arkasından bu potansiyelin ne şekilde, ne kadar kullanıldığı sorguladıklarını ve son olarak Swot Analizi ile ilçenin kırsal turizmdeki güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatları ve tehditlerini tanımladıklarını belirtmiştir. Günümüzde İBB'nin Efes – Mimas Yolu projesinin, yerleşimi sekiz bin yıl önceye giden İzmir yarımadasında, tarihin izini süren rotaların ortak adı olduğunu vurgulamıştır. İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin (İBB) organize ettiği profesyonel kişiler tarafından yürüyüş, bisiklet, zeytin ve bağ yollarının rotaları çizilerek; ulaşım olanakları, coğrafi verileri, konaklama mekânları, mola ve kamp alanları, sağlık tesisleri, tarihi ve doğal değerler, kerteriz noktaları gibi bilgilerin haritalara işlendiğini ve uluslararası standartlara uygun olarak işaretlenen rotalara yol levhaları yerleştirildiğini belirtmiştir. Başka bir kırsal turizm paydaşımız Karaburun Kadınları Agro-Turizm Kooperatifi faaliyetlerine son verilmeden önce kooperatifte gönüllü olarak çalıştığını ve şimdi Karaburun Mimas Dağcılık ve Doğa Sporları olarak ağırlıklı yerel halkla yürüyüş yolları (Efes-Mimas Yolunun bir bölümü olarak) tespit etmeye çalıştıklarını belirtmiştir.

Paydaşlara Mordoğan beldesinde kırsal turizme yönelik yerli ve yabancı turistlerin ilgilerinin nasıl olduğu sorulduğunda genellikle Haziran-Eylül ayları arasında 3-4 ay boyunca, Mayıs ve Eylül ayları da özellikle hafta sonları hareketlenmenin görüldüğünü ve turistlerin genellikle İzmir ilinden geldiklerini belirtmişlerdir. Gününbirlik ve hafta sonu geliş-gidişler, çoğunlukla denize girmek ve eş-dost ziyaretleri için yapıldığı düşünülmektedir. Gerçek anlamda turistlerin, otel ve pansiyonlarda konaklayanlar olduğunu düşünürsek yatak kapasitesinin azlığı, onların da az sayıda olduğunu göstermektedir. 2011 yılında 1461 yatak sayısı olan Karaburun ilçesinde, 2018 yılında işletme belgeli ve yatırım belgeli toplam 2 tesis, 36 oda ve 72 yatak mevcuttur (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018). Yeni yapılan yol çalışmaları ve İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin (İBB) düzenlemiş olduğu gününbirlik geziler Karaburun Yarımadası'na turistlerin gelmesini artıracaklarını düşündürmekte olduğunu savunmuşlardır. Ayrıca beldedeki Mordoğan'da kırsal turizme yönelik işletmelerin sayısı ve elde edilen gelirlerin düşük kaldığı tüm katılımcılar tarafından belirtilmiş buna bağlı olarak uygun fiyatlı ev pansiyonculuğunun artırılması gerektiği, kırsal alanda üretilen ürünlerin kırsal turizm alanında kullanımına ve alt yapının yeterliliğine ilişkin tüm katılımcılar çalışmaların geliştirilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Gece Levrek Avı Yarışması, Mordoğan

Denizle Buluşma Şenliği (Mayıs ayı içinde) ve Mordoğan Sokak Tiyatroları Festivali her yıl düzenlenen etkinlikler arasında olduğunu ve bu etkinlikler Mordoğan'ın basında yer almasını sağladığını buna bağlı olarak yerli/yabancı turistlerin ilgisini çektiğini ve çekebileceğini belirtmişlerdir.

Kırsal turizm paydaşlarına Karaburun Yarımadasında (Mordoğan beldesini de içine alan) kırsal turizm faaliyetlerinin yapılması ve gelişmesi sonucunda oluşabilecek olumlu ve olumsuz etkilerin neler olacağı sorulduğunda aşağıdaki etkiler belirtilmiştir.

Kırsal turizmin gerçekleşmesi durumunda olumlu olarak;

Mordoğan beldesinde arzın artacağı, fiyatların genel düzeyinin düşeceği, köylerdeki genç nüfusun büyükşehirlere göç etmek yerine beldede kalarak turizmden kazanç sağlayabileceğini, belde sakinlerinin ev pansiyonculuğuna destek vereceğini, beldenin kazanç yeri olabileceğini gören kurumların beldeye yatırımlar yapacağını ve Karaburun Mordoğan ihracat-ithalat yolu olarak kullanılabilir deniz yollarından biri olabileceğini belirtmişlerdir. Karaburun İlçesinde sadece T.C. Ziraat Bankası hizmet vermekte olup, Mordoğan Beldesinde Bürosu bulunmakta olduğunu ve İlçe Merkezinde İş Bankası ve Garanti Bankasının ATM'leri mevcut olduğundan bahsetmişlerdir. Karaburun yarımadasının da kırsal turizmin olması ile gelişimlerin hızla olacağını düşünmektedirler. İzmir ilinin hinterlandında bulunan Karaburun Yarımadası İzmir'lilerin rekreasyon alanına dönüşebileceğini vurgulamışlardır. Genç nesillerin tarım sektörüyle uğraşmak istemiyor olması tarımın yapılabileceği Karaburun Yarımadasında kırsal turizmin varlığı ile belki de genç nesillerin kazanç sağlayabilecekleri tarım sektörü ile ilgilenmelerini sağlayabileceğini düşündüklerini belirtmişlerdir.

Paydaşlara göre kırsal turizmin ilçede ve beldede geliştirilebilmesi için yerel halkın özellikle genç nüfusun kırsal turizmin gerçekleştirildiği alanlara götürülerek onlarda bir uyandırma işlemi yapılması gerektiğini vurgulamışlardır. Gezi sırasında yerel halk kazanç sağlayan kırsal turizm işletmelerinin yaptıkları işlerden etkilenerek kendilerinin de bu işleri yapabileceğini inanmalarıyla ilçede ve beldede kırsal turizmin gerçekleştirilmesine katılım sağlayacağını düşünmektedirler. Genel olarak



insanlar bir işlemler başkasının yaptığını ve kazanç sağladığını gördüğünde hemen kendileri de yapmak istemektedir. Kırsal turizmin gerçekleştirilmesindeki en önemli şey yerel halkın örgütlenmesidir.

Kırsal turizmin olumsuz etkileri olarak rant politikası(gelir elde etmek için mimari yapıların restore edileceğini düşünülerek zarar verilmesi, tarım alanlarının yok edilmesi vb.) ve şehirden gelenlerin bahçe ve tarla gezilerinde talancı tutumları dolayısıyla (nergisleri, zeytinleri, narları, bademleri vb.) beldenin zarar görebileceği, suç oranlarının artabileceği (hırsızlık), yaz aylarında çok fazla gürültü ve trafik olacağını düşündüklerini belirtmişlerdir.

Paydaşlara yerel halk, çiftçilerin ve kırsal turizm ile ilgili kurumların kırsal turizm faaliyetlerinde rollerinin neler olması gerektiği sorulduğunda;

Tüm paydaşlar devlet kurumları ve özel kurumların tarımsal üretimin sağlıklı gıda üretimini desteklemelerinin, denetleme çalışmalarının ve bu konuda örgütlenmelerin artırılması gerektiğini vurgulamışlardır. Çiftçilerin en önemli sorunları olarak ürettiğini pazarlayamamaları, depolama sorunu yaşamaları ve maliyetlerini düşürmekte zorluk çekmeleri ile ilgili yerel yönetimlerin üreticiler ile direkt bağlantı kurması gerektiğini belirtmişlerdir. Yerel halkın ise yöreyi tarihi, kültürel ve doğal değerleri açısından tanıyor olması ve bunları ziyaretçilere aktarabilir durumda olmaları gerektiğini belirtmişlerdir. Yerel halkın büyük bir çoğunluğunun emekli olması sebebiyle kırsal turizme olumlu bakmadıklarını, kırsal turizm için bakanlıkların, belediyelerin ve gençlerin kurdukları-kuracakları örgütlerin kırsal turizm kapsamında çalışmalar yaparak yerel halkı teşvik etmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm çalışmalarında etkin yer alması için eğitim faaliyetlerinin içinde yer alması gerektiğini ve uygulamada yerel yönetim ve ilgili bakanlıklardan teşvik destekleri sağlanması gerektiğini belirtmişlerdir. Şu anda İBB'nin Kırsal Kalkınma Şubesi bu konuda çok başarılı projeler yürütmekte olduğunu, köylerdeki üreticilerin bu projeler sayesinde kazanç sağlamaya başladıkları belirtilmiştir. Hurma Zeytin, Nergis Çiçeği gibi yöreye özel ürünleri üreticilere üretimin teşvik edilmesi, korunması amaçlı bilinçli ve düzenli desteklemeler yapılması ve ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımları yapılmasının gerektiği belirtilmiştir.

Kırsal turizm paydaşlarına Mordoğan beldesinde kırsal turizmin geliştirilmesi için neler yapılması sorulduğunda paydaşlar Yarımada'nın kırsal karakterinin ağır basmasıyla kırsal turizm için çok güçlü bir avantajı olduğunu savunmuşlardır. Kırsal turizmin yarımada için fırsata çevrilmeyi bekleyen bir turizm çeşidi olduğunu ve tüm doğal ve kültürel kaynakların, marka olmuş yerel ürünlerin turizm ürününe dönüştürülmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Karaburun Yarımadasında kırsal turizmin gelişebilmesinin ilk koşulu olarak planlar hazırlanması gerektiği sonra; ciddi bir yerel örgütlenmeye gidilmesi gerektiğini söylemişlerdir. Herkesin birtakım arayışlarla ve özel beklentilerle, istediği yerde kahvaltı evi, restoran, pansiyon gibi hizmet birimleri açması, son derece yanlış olduğundan ve yerel örgütlenmenin yerel güç olduğundan, kırsal turizmde girişimcilik ruhunun canlı olması kadar ortak hareket etme, birlik ve beraberliğin de çok önemli olduğundan bahsetmişlerdir. Kırsal turizmin varlığı Mordoğan'da sekiz ay yaşanan ölü sezonun canlanmasının sağlanması için yerli ve yabancı turiste konaklama, yeme-içme, spor- eğlence hizmeti verecek tesislerin sayısı, çeşit ve kalite yönünden geliştirilmesi, genç nüfusun yöreden göç etmesini istihdam ve eğitim olanaklarının oluşturulması ile önlenmesinin sağlanmasıyla yörenin ekonomik açıdan kalkınması sağlanabileceğini belirtmişlerdir.

### **5.7. Kırsal Turizm Algılarının PESTEL Analizi İle Yorumlanması**

Araştırmanın bu bölümünde faktör analizinde elde edilen altı boyutun haricinde araştırmanın başında anket formu hazırlanırken belirlenen boyutlara göre değerlendirilme yapılmıştır. Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizme ilişkin algılarını tespit etmeye yönelik ifadeler PESTEL analizine göre altı boyut olarak (politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, çevresel, yasal) geliştirilmiştir. Ayrıca görüşülen kırsal turizm paydaşlarının görüşleri de değerlendirmeye alınarak, paydaşların görüşleri ile yerel halkın ve çiftçilerin ifadelerine verdikleri cevapların ortalamalarına göre PESTEL Analizi ile yorumlama yapılmıştır. Kırsal turizmin ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel, politik, beşeri pek çok etkisinin içinde bulunduğu ve sürdürülebilir kalkınma için de önemli bir potansiyeli bünyesinde barındıran bir kavram olduğundan araştırma kapsamında PESTEL analizi tercih edilmiştir. Çalışmada yapılan PESTEL analizi ile araştırma bölgesinin kırsal turizm

açısından şu anda içinde bulunduğu politik, sosyo-kültürel, ekonomik, yasal, teknolojik ve çevresel faktörlerin gelecekte nasıl etkileyeceği analiz edilmiştir. Çalışmada ‘‘Tanımlayıcı istatistik’’ başlığı altında yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algıları ile ilgili ifadelerle verilen cevapların ortalamaları yer almaktadır (Çizelge 5.25).

Mordoğan beldesinde yaşayan yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarının ölçülmesi amacıyla oluşturulan üçlü likert tipi ölçek ile hazırlanmış olan 61 ifadeye yerel halkın ve çiftçilerin verdikleri cevaplara göre puanlama aralığı belirlenmiştir. Ölçekte 1-3 arasında iki aralık bulunmakta ve her aralığın puanlanması; aralık sayısının madde sayısına bölünmesiyle elde edilmektedir. Yapılan işlem  $2:3=0.66$  şeklinde formüle edilmiş ve elde edilen sonuçtan hareketle her aralığın 0.66 puanı kapsamı gerekmekte olduğu belirlenmiştir. Puan aralığı aşağıda gösterilmiştir (Yenilmez, 2008):

- 1.00-1.66 Aralığı: Katılmıyorum
- 1.67-2.33 Aralığı: Kararsızım
- 2.34-3.00 Aralığı: Katılıyorum

Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm konusundaki düşüncelerinin genel olarak 2-3 arasında olduğu bir başka deyişle kararsızım ve katılıyorum cevaplarının ağırlıklı olduğu görülmektedir (Çizelge 5.25).

Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizme ilişkin algılarını tespit etmeye yönelik oluşturulan ölçekteki ifadelerin PESTEL analizi kapsamında dağılımı aşağıda belirtilmiştir:

- Sosyo-Kültürel Boyut: 1-15 arasındaki ifadeleri
- Teknolojik Boyut: 16-26 arasındaki ifadeleri
- Çevresel Boyut: 27-34 arasındaki ifadeleri
- Yasal Boyut: 35-38 arasındaki ifadeleri
- Politik Boyut: 39- 47 arasındaki ifadeleri
- Ekonomik Boyut: 48-61 arasındaki ifadeleri

PESTEL analizi, üzerinde inceleme yapılan konuyu politik, ekonomik, sosyal, teknolojik, çevresel ve yasal açıdan değerlendirilerek, ortaya çıkan etkileşimin olumlu ve olumsuz yönleri ortaya koymak için kullanılmaktadır (Oktay 2006). Bu çalışmadaki PESTEL analizinde, yukarıda belirtilen ana faktörlere ek olarak, bu faktörler kapsamında ele alınan alt faktörler Çizelge 5.41’de belirtilmiştir.



Çizelge 5.41. Yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algılarının PESTEL Analizi

<b>P</b> <b>Politik</b>	<b>E</b> <b>Ekonomik</b>	<b>S</b> <b>Sosyo-Kültürel</b>	<b>T</b> <b>Teknolojik</b>	<b>E</b> <b>Çevresel</b>	<b>L</b> <b>Yasal</b>
-Hükümet politikaları -Devlet destekleri -Uluslararası ilişkiler -Kırsal turizme yönelik proje yönetimi -Kamu hizmetleri	-Mal ve hizmetlerin pazarlanması -Döviz girişi -İstihdam olanakları -Gelir kaynaklarının çeşitlendirilmesi -Göçün önlenmesi -Diğer sektörlerin gelişmesi -Rant artırıcı etki	-Turistler ile etkileşim -Güvenlik durumu -Örgütlenme -Kültürel etkinlikler -Turizm ürünü -Toplumdaki etik değerler -Çevreye olan hassasiyet -Yaşam standardının gelişmesi	-Yeniliklerin ortaya çıkması -Gelişen teknoloji -Yatırımın geri dönüşü ve yenilenmesi	-Trafik sorunu -Doğal kaynaklar ve çevreye zarar verme durumu -Çevre bilinci -Tarım alanlarındaki değişim -Bölgesel gelişim	-Çevreye yönelik politika -Kontrol ve denetimler -Kırsal turizm ile ilgili yasal düzenleme

**Politik Boyut;** Kırsal turizm, son yıllarda önemi daha iyi anlaşılmaya başlanan ve turizm politikaları içerisinde sıklıkla adı geçen ve geliştirilmesi gerekli alternatif turizm türlerinden birisi olarak görülmektedir (Kodaş vd., 2012).

AB’de kırsal turizm kırsal kalkınma politikası kapsamında ele alınmaktadır. Kırsal Kalkınma Politikası Ortak Tarım Politikasının (OTP) iki ana bileşeninden birisidir. AB, Tarım ve Kırsal Kalkınma için Özel Katılım Programı kapsamında, “çevre koruma ve sürdürülebilir kırsal kalkınmaya yönelik üretim yöntemlerinin geliştirilmesi, alternatif gelir olanakları yaratma, ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, köylerin yenilenmesi-geliştirilmesi ve kırsal mirasın korunması” gibi maddeleri kabul etmiştir (Kiper, 2006).

2007 yılında AB komisyonu tarafından Türkiye ve diğer yeni aday ülkeler için IPARD programı kırsal kalkınma tedbirleri kapsamında da kırsal bölgelerde ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi öngörülmektedir. Bu kapsamda yapılabilecek faaliyetler içerisinde ilk olarak kırsal turizm yerini almıştır (Kiper, 2006).

2007-2013 yılları arasında ilk defa Tarım ve Köyüşleri Bakanlığı tarafından kırsal turizme yönelik, IPARD programı vasıtasıyla desteklemeler yapılmıştır. Kırsal turizm kısa dönemde yüksek gelir getirisi olmamasına rağmen, uygulanacak illerde, öncelikle istihdama, böylelikle katma değer yaratarak yerel ekonomiye ve dolayısıyla da ulusal ekonomiye pozitif yönde bir canlılık katmış olacaktır. Kırsal turizmin gelişimi ile birlikte ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan illerin gelişmesi mümkün olacaktır (Ün vd., 2012).

“Kırsal turizm” destekleri, IPARD Programı içerisinde “Kırsal Ekonomik Faaliyetlerin Çeşitlendirilmesi ve Geliştirilmesi” başlığı altında, 302 tedbir kodunun alt tedbiri olan 4 numaradaki “Kırsal Turizm” konusu ile yer almıştır. Kırsal ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesinin amaçlarına ve sektörün durumuna paralel olarak bu alt-tedbirin amaçları; seçilen öncelikli illerde, mikro girişimciler veya çiftçiler tarafından kurulacak pansiyon, konaklama ve restoran hizmetlerinin gelişiminin desteklenmesi, çiftlik turizmi tesislerinin kurulması ve

geliştirilmesinin desteklenmesi ve turistik rekreasyonel faaliyetler için kurulan tesislerin gelişiminin desteklenmesidir (Anonim, 2018c).

Hükümet politikalarının kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi konusunda uluslararası işbirliği güçlendirilmeli ve bölgesel projelerle çeşitli kuruluşların sağladığı fonlardan yararlanma oranı arttırılmalıdır. AB fonlarının yanı sıra özel idare kaynaklarının da kırsal turizm politikalarının gerçekleştirilmesinde kullanımının sağlanması gerekmektedir. Kırsal turizmin gelişebilmesi için mikro işletmeler oluşturulmalıdır. Bu da yasal, politik, ekonomik ve eğitimsel kararlar gerektirmektedir. Kırsal turizm potansiyeli bulunan bölgelerde sektörün geliştirilebilmesi için merkezi hükümet, yerel yönetimler, özel sektör, üniversite ve STK'ların işbirliğiyle politikaların oluşturulması daha etkili olabilir. Kırsal turizmin gelişebilmesi, birçok koşulun yerine getirilmesi ile mümkün olabilecektir. Bu koşullara makro boyutta baktığımızda; yasal düzenlemelerden, yerel ve kamusal teşviklere, sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinden yerel halkın girişimlerine kadar geniş bir yelpaze içermektedir (Dinçer vd., 2011).

Görüşülen katılımcıların devletin kırsal turizm ile ilgili yürüttüğü politikalar hakkında bilgi sahibi olmadıkları ve Mordoğan'a kırsal turizmin (altyapı, üstyapı, sağlık ve eğitim gibi olanakların) geliştirilmesi için yeterli finansal kaynağın aktarılıp aktarılmadığı konusunda kararsız kaldıkları belirlenmiştir. Ayrıca yörede kırsal turizme yönelik etkin projelerin yürütülüp yürütülmediği konusunda kararsız oldukları, kırsal turizme devletin verdiği desteklerin yetersiz olduğunu düşündükleri ve genel olarak desteklerden haberdar olmadıkları gözlenmiştir.

Bartın ili bölgesinin turizm ve rekreasyon potansiyelinin saptanması ve değerlendirilmesi üzerine yapılan bir araştırmada kırsal turizmin uluslararası ilişkiler açısından uluslararası, bölgelerarası ve kültürlerarası anlayış ve hoşgörüyü artırması ve ekstra ziyaretçi çekerek, bölgenin yerel gelişim süreci içinde gelişimini teşvik edeceğini ve bölgeye katkı sağlayacağı konusunda yararları olacağı belirtilmiştir (Muhacir vd., 2017). Yapılan bu tez çalışmasında da politik açıdan yerel halk ve çiftçiler kırsal turizmin yörede kamu hizmetlerini arttıracığını, yabancı turistler ile yerel halk arasında bilgi akışının sağlanmasıyla devlet ilişkileri olumlu etkileneceğini ve uluslararası siyasi belirsizliklerin yörenin turizm gelişimini engelleyebileceğini

düşünmektedirler. Ayrıca Mordoğan'daki özel işletmeler ile kamu idarelerinin kırsal turizmi geliştirme konusunda koordinasyon içinde olduğu ve kamu için kırsal turizm tesisleri geliştirme maliyetlerinin çok fazla olduğu konusunda kararsız oldukları tespit edilmiştir.

**Ekonomik Boyut;** Araştırmaya katılan katılımcıların kırsal turizmin gelir ve istihdam olanaklarını artıracığına, yerel ürünler için bir pazar oluşturacağına ve ekonomiyi çeşitlendirmeye yardım edeceğine inandıkları tespit edilmiştir. Kırsal turizmin kırsal yörelere ekonomik açıdan yaptığı olumlu etkiler içerisinde en önemli olanı gelir yaratma etkisidir. Turizmin sayesinde kırsal alanlara seyahat etmek amacıyla gelen yerli ve yabancı turistlerin konaklama, yeme- içme, kırsal aktiviteler, ulaşım, alış- veriş, yöresel el sanatları ve otantik yiyecekler gibi ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar kırsal alanlarda yaşayanların gelirlerinin artmasına neden olmaktadır. Meydana gelen bu artış bir yandan yörede yaşayanların gelir ve refah seviyelerini yükseltirken diğer yandan turist kabul eden kırsal yörenin alım gücünü yükselterek yeni turistik yatırımlar yapabilme potansiyelini artırmaktadır (Uçar vd., 2012). Böylelikle kırsal turizm sayesinde kırsal alanlarda yerel kaynakların etkin kullanımı gerçekleşmiş olacak ve ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesinin yerel işbirliği ve istihdam oluşturması ile kırsal alanlardaki işsizlik oranı azalmış olacaktır. Ayrıca yörede Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte, kültürel zenginlik pazarlanması ve aile pansiyonculuğunun yapılmaya başlanması bölge halkına ek bir gelir sağlamak ve gelir dağılımındaki dengesizliğin azalmasına katkıda bulunmaktadır. Aile pansiyonculuğun artması ve yörede çeşitlendirilen etkinlikler doğrultusunda turistlerin yörede kalma süreleri uzayacak yöreye gelir sağlayacaklardır. Ayrıca yöreye gelen turistlerin her türlü hizmette belirli bir kalite aramaları yerli halkın da hayat standartlarının yükselmesine yol açacak ve buna bağlı yörede turizm, altyapı, konut ve çalışma şartlarının iyileştirilmesine yönelik olumlu gelişmeler meydana gelecektir. Çalışma kapsamında görüşülen yerel halk ve çiftçilerin evlerini tüm yıl boyunca ya da belirli dönemlerde pansiyon olarak kullanırmak isteyip istemedikleri sorulduğunda yerel halkın bu konuda kararsız olduğu, çiftçilerin ise evlerini yabancı kişilere vermek istemediği saptanmıştır.

Dünya nüfusunun sürekli artması, insanların tarım ürünlerine talebini de aynı oranda artırmakta, artan talebin karşılanması yönünde Devletler tarım politikası araçlarında



buna bağı olarak birtakım uygulamalar yapmaktadırlar. Üretimi artırabilmek için verimi direkt olarak yükselten gübreleme, sulama, ilaç kullanımı gibi verim artırıcı yenilikler ve teknolojik çalışmalar yapmaktadır. Buna bağı olarak görüülen tüm katılımcılar kırsal turizmin tarımsal ürünlerin doğrudan satışlarını artıracacağını, bölgeye daha fazla yatırımın gelmesinin sağlayacağını, yöre halkının gelir kaynaklarını çeşitlendireceği ve köyden kente göçü önleyeceği konularında olumlu düşünceye sahiptirler. Kırsal turizmin yörede hayat pahalılığına neden olacağı konusunda kararsız oldukları tespit edilmiştir. Yörede kırsal turizmin gelişmesi yöreye döviz girişini artıracacağı, turizm mevsiminin uzayacağı, diğer sektörlerinde gelişmesine ve gelir elde etmesine katkıda bulunacağına da katılmaktadırlar. Görüülen kırsal turizm paydaşları Mordoğan beldesinde arzın artacağını, fiyatların genel düzeyinin düşeceğini, köylerdeki genç nüfusun büyükşehirlere göç etmek yerine kırsal alanda kalarak turizmden kazanç sağlayabileceğini, belde sakinlerinin ev pansiyonculuğuna destek vereceğini, yörenin kazanç yeri olabileceğini gören kurumların yöreye yatırımlar yapacağını düşündüklerini belirtmişlerdir. Kırsal bölgelere doğal ve kültürel yapıya zarar vermeden yatırım yapılmalı, gereğinden fazla yatırımların yapılması bölgeye zarar verebilmekte ve bunun için kırsal turizm çalışmaları devlet desteği dışında sponsorlarla ve projeler için gönüllülerin desteğiyle yürütülmelidir. Ayrıca görüülen yerel halk ve çiftçiler kırsal turizmin, yurt dışından giriş yapan yabancılara yönelik yöredeki tarihi ve kültürel değerleri gösteren broşürlerin verilmesi ile yörede henüz gelişmemiş olan dış turizmin arttıracağını, yöredeki yerel ürünlerin, el sanatlarının pazarlanmasına katkı sağlayacağını ve turistlerin yörede yapacakları alışverişlerinin beldeyi mutlu edeceğine ve yörede gelir ve istihdamı artıracığına katılmaktadırlar.

**Sosyo-Kültürel Boyut;** Bireylerin düşüncelerinde, kişisel davranışlarında, aile ilişkilerinde, ortak yaşam tarzlarında, güvenlik düzeyinde, ahlak kurallarında, geleneksel törenlerinde ve toplum örgütlenmesinde başka kişi veya gruplar ile girdiği iletişim sonucu yarattığı değişimler kırsal turizmin sosyo-kültürel etkilerini oluşturmaktadır (Özkan, 2007). Yapılan araştırma ile kırsal turizmin Mordoğan beldesinde yaşayan çiftçi ve yerel halka sunulan ifadeler sonucunda bireyler ve toplum üzerinde çeşitli sosyo-kültürel etkilerin neler olabileceği saptanmıştır. Kırsal turizm etkinliklerini bilme durumlarına göre çiftçiler kararsız kalırken yerel halk kırsal turizm etkinliklerini bildiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların ifadelerine

verdikleri cevaplara göre hem çiftçilere hem de yerel halka kırsal turizm konusunda eğitimler verilerek bilinçlendirilmesi gerektiği ve yöredeki tarihi varlıkların (kilise, tarihi evler vb.) kırsal turizmi olumlu yönde etkileyeceği düşüncesine katıldıkları görülmüştür.

Kırsal turizmin beldede gelişmesi ile kırsal alanlardaki kadınların aile içi rollerinin değişmesi ve kadının çalışma yaşamına daha etkin olarak katılması kolaylaşmış olacaktır. Kırsal turizmin yörede yarattığı istihdamla ilişkili olarak kadının ailedeki ve toplumdaki statüsü güçlenmektedir. Turizmin gelişmesine bağlı olarak kadınlar da tarımsal ürünler (peynir, konserve, meyve, süt mamulleri, köy ekmeği) ve değişik el sanatları üretip turiste satarak bir gelir elde etmekte aynı zamanda da bu tür işlerle uğraşarak iş güç sahibi olmaktadır. Tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu turistik bölgelerde turizm, o bölgede ya da yörede oturan kadınların istihdam edilmelerini sağlayarak, Kadınların rolünü artırmaktadır. Görüşülen paydaşlar, yerel halk ve çiftçiler; kırsal turizmin doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını sağlayacağı, turistlerin yöreye gelmesi ile esnafın ve halkın kazanç elde etmeleri onlarda yerel ortaklıkları ve işbirliğini artıracığına ve yörede yaşayan gençlerin ve kadınların sosyal yaşama katılımlarını da artıracığını belirtmişlerdir.

Ayrıca yerel halkın yöreye özgü gelenek göreneklerini, yeme-içme kültürlerini ve diğer kültürel unsurlarını (el sanatlarını, oyunlarını vd.) turizm ürününe çevirme yönünde olumlu etki uyandırmasıyla Mordoğan'ın tanınırlığının artmasına da etki edebileceğini düşünmektedirler. Mordoğan beldesinin tanınırlığının artmasına yönelik yerel halkın beldeye özgü geleneksel festival ve eğlencelere ilgisinin artması ve bu etkinliklere devam etmek konusunda istekli olmasıyla yerel kimliğin güçleneceği düşünülmektedir.

Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği adlı araştırmada da yöre halkının kırsal turizm sayesinde yörenin tanınmışlığının artacağını, gelenek ve göreneklere daha bir sıkı bağlanmaya başlayacaklarını ve yörede toplumsal güven artışının oluşacağını düşündükleri vurgulanmıştır (Çolak, 2009).

Çalışma kapsamında görüşülen paydaşlar, çiftçiler ve yerel halkın kırsal turizmin yöre kültürünün ticarileşmesine neden olacağı konusunda kararsız kalmaktadırlar. Ayrıca yöreye gelen turistlerin yaşam biçimlerinin kültürlerine olumsuz etki yapacağını ve yörede az sayıda olan suç işleme (hırsızlık, fuhuş, kumar vb.) oranının artabileceğini düşünmektedirler.

Kırsal turizm kapsamında yapılan başka bir araştırmada olumsuz sosyo-kültürel etkilerin köydeki genç nesillerin yaşam biçimlerini değiştirebileceği, yerel gıdalardan uzaklaşmaları, alışılmadık giyimleri gibi olumsuz yönde etkileyeceği algılarının olduğu tespit edilmiştir (Muhacir vd., 2017). Mordoğan beldesinde yapılan bu tez çalışmasında ise kırsal turizmin gelişmesi ile yerel halk ve turistlerin paylaştıkları ortak deneyimleri ve geleneksel danslar, müzikler, yöresel yemekler, gelenek ve göreneklerin gün yüzüne çıkma olasılığının artıracığı algısının olduğu belirlenmiştir. Ayrıca görüşülen yerel halk ve çiftçiler, yörede yaşayan her yaş kesiminden yerel halkın kırsal turizm faaliyetlerine katılımları ile yeni ve yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına olanak tanıyacağı ve kültürel bakış açılarının genişlemesini sağlayacağını düşünmektedir. Mordoğan beldesinde görüşülen yerel halk ve çiftçiler kırsal turizm ile kırsal halkın yaşam standartlarının artacağı, yöreye ait gelenek-görenek, yeme-içme, el sanatları ve yaşam tarzlarının tanıtımının daha kolay olacağı ve yöreye gelen turistler ile birlikte çeşitli faaliyetlerde bulunmanın yerel halkı mutlu edeceği konusunda hem fikirdirler. Kırsal turizm kapsamında yapılan araştırmalar ile yapılan bu tez çalışmasında da kırsal turizmin sosyo-kültürel açıdan genel olarak olumlu olarak algılandığı gözlenmiştir. Literatür araştırmasında ve yapılan araştırmada kırsal turizmin sosyo-kültürel açıdan yörenin yaşam biçimlerini etkileyebilecek olması, kırsal turizmin olumsuz boyutu olarak görüldüğü belirlenmiştir.

Bartın ili bölgesinin turizm ve rekreasyon potansiyelinin saptanması ve değerlendirilmesi üzerine yapılan araştırmada yöreye gelen turistler ile yörede yaşayan yerel halk arasındaki bilgi akışının oluşması sonucunda; kırsal alandaki halk için yeni şeylerin öğrenilmesi, yeni insanlar ile tanışma ve dışa açılma gibi faydalar sağlayacağı belirtilmiştir. Turistler için ise kırsal aile ile birlikte yaşama, yeni dost edinme ve farklı hayat görüşüne sahip olma gibi faydaların sağlanabileceği vurgulanmıştır.

Türkiye’de Kırsal Turizmin sosyo-kültürel teknolojik, ekonomik, eğitimsel, politik, yasal, ekolojik ve demografik açıdan değerlendirildiği çalışmada ankete katılan on üç kuruluşun kırsal turizmle ilgili görüşleri alınmıştır. Sosyo-kültürel açıdan aile ve yaşam tarzı değişikliklerinin, kültürel değerlerdeki değişim, değer yargılarının, sosyal hareketlilik ve tutumların çok önemli olduğu; eğitim düzeylerinin yükselmesi, sağlık koşullarının orta düzeyde önemli olduğu görüşleri belirtilmiştir. Ayrıca ortalama ömrün yükselmesinin önemli olduğu ve önemsiz olduğu, boş zaman ve yaşama yönelik davranış biçimlerinin çok önemli ve orta düzeyde önemli olduğu görüşleri belirtilmiştir (Dinçer vd., 2011).

**Teknolojik Boyut;** Araştırmaya katılan katılımcılara göre Mordoğan beldesinde kırsal turizmin teknolojik olarak etkileri incelendiğinde; yöre insanının turistlerle etkileşimi ile yeni teknolojik ürünleri kullanmak isteme düzeylerinin artacağını, kırsal turizmin gelişmesi sayesinde yörede ulaşım, iletişim kanalları ve restorasyon çalışmalarının artış göstereceğini düşünmekte oldukları saptanmıştır. Ayrıca yerel halk ve çiftçilerin yöre insanının turistlerle etkileşimi ile halkın bilinç ve bilgi düzeyinin artacağını ve organik gıda üretiminin artacağını düşündüğü ve yörede artan nüfus ile artan gıda talebinin karşılanması için yeni teknolojilere ihtiyacın artacağı görüşüne katılmadıkları tespit edilmiştir. Yerel halk ve çiftçiler teknolojinin ilerlemesiyle kaybolan yöresel özelliklerin (yöresel kıyafet, dans, müzik, yemek vb.) ve el sanatları kırsal turizm ile tekrar hatırlanacağını düşünmektedirler. Turizm sektöründe pazarlama konusunda teknolojiden faydalanılmaktadır. Kırsal turizme elverişli bölgelerin tanıtımında özellikle televizyon programları ve internet kullanılmaktadır. Katılımcıların Mordoğan’a ait tanıtımlarının internet üzerinden yapılması ile daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sağlayacağı yönünde olumlu düşüncede oldukları saptanmıştır.

Katılımcılar tarımsal faaliyetlerde yeni teknolojilerin uygulanması ile elde edilen ürünlerin kalitesini artıracığı konusunda ve kırsal alanda pansiyon konaklama ve restoran hizmetleri gibi kırsal turizm faaliyetlerinin düzenlenmesini sağlayacak tesislerin kurulması için verilen destek programları hakkında bilgi sahibi olunma durumunda kararsız oldukları belirlenmiştir. Ayrıca Mordoğan beldesinde alternatif ve doğa dostu enerji kaynaklarının varlığının (güneş, rüzgâr, prina) yörelerindeki maliyetleri düşüreceği konusunda da kararsız kaldıkları tespit edilmiştir.

**Çevresel Boyut;** Kırsal turizm, birçok özelliklerinden dolayı, turizm türleri içinde çevre ve kültür ile uyumlu olan ve olumsuz etkileri en az olan bir turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Soykan, 2003). Çevresel açıdan yerel halkta çevresel bilinç artar, ulaşım, iletişim ve alt yapı sistemlerinin iyileştirilmesi ile gelecek nesillere miras kalması sağlanır, belde de kentsel dönüşümü ve yenilenme gibi olumlu etkiler sağlar. Olumsuz etkiler olarak çevresel kirlilik ve kültürel mirasın hasar görmesi, gürültünün açtığı rahatsızlık trafik sorunu gibi sorunlar ortaya çıkarabilir.

Kırsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği yörede kırsal alanların aşırı ve yoğun kullanımı, tarımsal alanları, doğal ve kültürel sit alanlarının tahribine yol açabilir olması, ekoloji dengeyi bozabilmesi, tarımsal ürün desenini değiştirebilir olması” ve verimin azalması gibi bazı olumsuzluklar ile karşılaşılması için yörede kırsal turizmin gelişimi mutlaka planlı olarak gerçekleştirilmelidir (Soykan, 1999). Çalışma kapsamında görüşülen yerel halk ve çiftçiler tarımsal üretimde sahip olunan arazinin küçük boyutlarda olmasının kırsal turizmi olumsuz etkileyeceği konusunda kararsız kaldıklarını belirtirken Mordoğan beldesinin kırsal turizmi karşılayacak yeterli arz kapasitesine sahip olduğunu düşünmektedirler.

Görüşülen yerel halk ve çiftçiler, kırsal turizmin çevresel açıdan yerel halkı, yöre kültürünü, tarım alanlarını ve çevreyi değerlendirmeyi teşvik edeceğini, doğal çevreyi ve biyoçeşitliliğin korunacağını ve bunlara bağlı çevre bilincinin gelişeceğini düşünmektedir. Ayrıca kırsal turizmin gelecekte, yörede bulunan doğal kaynakların ve çevrenin tahrip edilmesini artırmayacağı ve tarımsal alanlara zarar veremeyeceğini düşündükleri saptanmış ve kırsal turizm ile yöreye gelen turistlerin trafik sorununu ortaya çıkarma konusunda kararsız kaldıkları belirlenmiştir. Kırsal turizmin doğal kaynakları, çevreyi ve tarım alanlarını koruyacağını düşünmektedirler.

Görüşülen paydaşlar, kırsal turizmin rant politikası (gelir elde etmek için mimari yapıların restore edileceğini düşünülerek zarar verilmesi, tarım alanlarının yok edilmesi vb.) ve şehirden gelenlerin bahçe ve tarla gezilerinde talancı tutumları dolayısıyla (nergisleri, zeytinleri, narları, bademleri vb.) beldenin zarar görebileceği, yaz aylarında çok fazla gürültü ve trafik olacağını düşündüklerini belirtmişlerdir.

Başka bir yüksek lisans tezinde kırsal turizmin uygulandığı sosyal çevrede olumlu yönde bir değişimi gerçekleştireceğinden, fiziksel çevrede alt ve üst yapı inşasında gelişmelerin olacağı ve bunun yanında çevresel kirliliğe olan duyarlılıkta artan bir bilinçlenmenin olacağından bahsedilmiştir (Çolak, 2009).

**Yasal Boyut;** Araştırma kapsamında görüşülen tüm katılımcıların kırsal turizmin çevre korumaya yönelik politikaların geliştirilmesini destekleyeceğini, yörede planlamayı yönetimi ve örgütlenmeyi teşvik edeceğini, yörede tarihi ve yöresel dokunun bozulmaması için denetimlerin yapılması gerektiği konularında olumlu görüşe sahip oldukları gözlenmiştir. Kırsal turizm ile ilgili yasal düzenlemelerin yeterli olup olmaması konusunda kararsız kalmaktadırlar. Yapılan literatür araştırmasına göre kırsal turizm ile ilgili detaylı yasa ve yönetmelikler henüz yeterli değildir ve yasa düzenleme konusunda sivil toplum kuruluşları (STK), girişimciler ve üniversitelerin görüşlerinin alınması sektöre fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca kırsal turizm kavramının çok yeni olması sebebiyle pratiğe dökülmesi zor olabileceği düşünülmektedir. Kanuni düzenlemeler bunun için başlıca önem arz etmektedir. Hükümet politikaları geliştirilmeli, küçük çaplı çiftlikler ve köylüler için özel vergi mükellefiyeti ile ilgili düzenlemeler yapılmalı ve yasal açıdan yerel halk ve çiftçilerin bilinçlendirileceği eğitimler düzenlemelidir.

Türkiye’de kırsal turizmin sosyo-kültürel, teknolojik, ekonomik, eğitimsel, politik, yasal, ekolojik ve demografik açıdan değerlendirildiği çalışmada ankete katılan on üç kuruluşun kırsal turizmle ilgili yasal açıdan; yatırım teşviklerinin, mevcut yasa yönetmelik vb. düzenlemelerin, gelecek için planlanan projelerin, kırsal turizm kapsamında düzenleyici kurumların çevresel düzenlemeleri, turizm endüstrisine ve kırsal turizme özgü düzenlemeleri, rekabet ortamını düzenleyici koşulların ve tüketicinin önemli olduğunu ayrıca istihdam ile ilgili yasaların orta düzeyde önemli olduğunu düşünmekte oldukları belirtilmiştir (Dinçer vd., 2011).

Yapılan PESTEL analizi sonucuna göre görüşülen yerel halkın ve çiftçilerin politik boyut ifadelerinde kararsız olduğu ve sosyo-kültürel boyut ifadelerine katıldığı belirlenmiştir. Görüşülen yerel halkın ve çiftçilerin, kırsal turizme ilişkin algılamalarını tespit etmeye yönelik oluşturulan ölçekteki ifadelerin PESTEL analizi kapsamındaki dağılımına göre verdikleri cevapların ortalamaları dikkate alındığında;

kırsal turizmi sırasıyla sosyo-kültürel, ekonomik, yasal, teknolojik, çevresel ve politik açıdan önemli olarak algıladığı gözlenmiştir. PESTEL analizi sonucuna göre kırsal turizmin; politik açıdan yöredeki kamu hizmetlerini artıracığı, ekonomik açıdan turistlerin yöredeki alışverişlerinin beldeyi olumlu etkiyeceği, sosyo-kültürel açıdan yerel halk ve çiftçilere kırsal turizm konusunda eğitimlerin verilerek bilinçlendirilmesinin gerektiği, teknolojik açıdan Mordoğan'a ait tanıtımların internet üzerinden yapılmasının daha fazla tüketiciye ulaşma imkânını sağlayacağı, çevresel açıdan kırsal alanda trafik sorununu ortaya çıkaracağı ve yasal açıdan ise yörede tarihi ve yöresel dokunun bozulmaması için denetimlerin yapılması gerektiği olarak algılandığı tespit edilmiştir.



## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde, insanların kent yaşamlarındaki yoğunluk ve stresten kaçış olarak gördükleri kırsal alanlarda yapılan çeşitli etkinliklere katılma (avlanma, ata binme, doğa ile içe içe vakit geçirme, doğa yürüyüşleri vb.) istekleri ve teknolojik gelişmeler, gelir seviyelerinin yükselmesi ve boş zamanlarının artması gibi olumlu gelişmeler sayesinde kırsal turizme olan talep artış göstermiştir.

Bir yörede kırsal turizmin gelişebilmesi için iyi bir toplum liderliği, yerel yönetimin desteği ve katılımı, yeterli turistik kalkınma ve tanıtım için bilgilendirme yapılacak teknik yardımlar, iyi konferans ve ziyaretçi büroları ve yörede yaşayan halkın ve çiftçilerin desteği gereklidir. Kırsal turizm faaliyetleri içinde yerel halk ve çiftçilerin yer almak isteme durumları ve katılım için neler yapabilecekleri oldukça önemlidir.

Çalışma kapsamında görüşülen çiftçilerin % 89'unun işletmelerine turizm ya da gezi amaçlı ziyaretçi kabul edebileceği ve % 89'unun Mordoğan beldesine gelen turistlere tarım ve bölgeye özgü geleneksel işler hakkında bilgi verip tecrübelerini paylaşmak istediği saptanmıştır. Görüşülen yerel halkın, Mordoğan beldesinde kırsal turizme yönelik olarak tarımsal faaliyetlere yönelik festivaller, tur düzenleme çalışmaları, yöreye gelen turistlerin kırsal yaşama katılarak dalından meyve toplamalarına ve süt sağmalarına imkân sağlayan geziler, doğa ile iç içe olunabilecek kamp alanların kurulabileceği ve doğa yürüyüşlerinin yapılabileceği etkinliklerin düzenlenebileceğinden bahsetmişlerdir. Ayrıca yörede yapılan el sanatlarının belirli bir yapı içerisinde yapılıp sergi alanlarında satışa sunulması gibi birçok etkinliklerin düzenlenebileceğini belirtmişlerdir.

Karaburun ilçesi ve Mordoğan beldesi kıyı turizm açısından gelişmiştir. Mordoğan beldesi Karaburun Yarımadasında yer alan bir küçük yerleşme olup 1980'lerden sonra ikincil konutların yapılması, birkaç pansiyonculuğun yapılması ve az sayıda otellerin açılmasıyla turizm ile tanışmış ve eski yıllara göre kırsal alanları azalmıştır. İlçenin doğu kıyılarındaki Mordoğan Merkez, Çatalkaya, Ardıç gibi mahalleleri daha fazla turistik tesisler ve ikincil konutların olduğu yerlerdir. Yine de Karaburun Yarımadası ve Mordoğan beldesi İzmir ilinin diğer turistik yerlerine göre daha az tercih edilen ilçeler arasındadır. Mordoğan beldesinin kültürel değerleri olarak İl



merkezine yakın olması, zengin su ürünleri çeşitliliğine sahip oluşu, marka olmuş tarımsal ürünlerin (enginar, nergis, sümbül, mandalina, hurma zeytin ve zeytinyağı, Karaburun'a özgü balıklar) bu yörede yetişmesi gösterilebilir. Ayrıca Karaburun Yarımadası'nda sanayi tesislerinin olmaması nedeniyle kirlenmemiş hava, deniz ve toprakların varlığı ve organik tarıma olanak vermesi ve Ege Bölgesi'ne has girintili çıkıntılı kıyıya sahip olması nedeniyle çok güzel koylara sahip, Akdeniz Fokunun yine bu sahillerde görülebiliyor olması Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinin güçlü yanlarını ortaya koymaktadır.

Yapılan bu araştırma ile Mordoğan beldesinde yaşayan yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizmi olumlu algıladıkları tespit edilmiş ve yöre halkının kırsal turizm faaliyetlerine yönlendirilmesi gerektiği belirlenmiştir.

İzmir'den Karaburun'a Mordoğan yolu üzerinden gidiş sağlanmaktadır. İzmir-Mordoğan-Karaburun yolunda yapılan yol çalışmaları ve İzmir Büyükşehir Belediyesinin (İBB) düzenlemiş olduğu günübirlik geziler Mordoğan'ın turistler tarafından ziyaret edilmesini artıracaklarını düşündürmektedir. Buna bağlı olarak yapılan araştırma ve düzenlenen geziler ile Mordoğan'ın tanınırlığının artmasıyla bölgede yatırımların artacağını, bölgedeki kırsallığın giderek yok olmasının önüne geçilmesi ve yörenin gelenek ve göreneklerine sahip çıkılması gerektiğinin habercisi olacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın faktör analizi sonuçlarına göre yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarını açıklamak üzere incelenen faktörler altı boyutta toplanmış ve kırsal turizmin ekonomik boyutunun en önemli açıklayıcı faktör olduğu belirlenmiştir. Ekonomik açıdan kırsal turizmin turizm mevsimini uzatması, yerel ürünlere pazar oluşturması, gelir kaynaklarını çeşitlendirmesi ve gençlere ve kadınlara istihdam yaratması bakımından algılanıyor olmasıyla Mordoğan beldesine büyük katkı sağlayacağı konusunda hem fikir oldukları saptanmıştır. Ayrıca görüşülen çiftçilerin kırsal turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel boyutta daha önemli bir faaliyet olarak algıladıkları belirlenmiştir.

Araştırmada, faktör analizi sonucunda ortaya çıkan boyutlardaki ifadelerin genel olarak olumlu etkiler olması ve kırsal turizm kapsamında yapılmış olan diğer

çalışmalarda da kırsal turizmin genellikle olumlu etkileri ile karşılaşılması, kırsal turizmin yörede gelişmesi durumunda olumlu etkilerinin olacağının algılandığı tespit edilmiştir.

Sosyo-demografik değişkenlerden cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, gelir seviyesi, hane halkı sayısı, çocuk sayısı, araştırma bölgesinde ikamet etme süresi ve ikamet edilen evin mülkiyet durumu değişkenleri ile yerel halk ve çiftçilerin kırsal turizm algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm algılarını belirlemek üzere yapılan faktör analizine göre yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm kapsamında uygulanacak etkinlikler sonucunda tarımsal alanların zarar göreceği konusunda ortak bir görüşe sahip oldukları görülmüştür. Görüşülen yerel halk ve çiftçiler tarım alanlarının zarara uğramaması için kırsal turizm kapsamında uygulanacak olan etkinliklerin belirli kontroller ile yapılması gerektiğini savunmuşlardır.

Görüşülen paydaşlar, yerel halk ve çiftçiler; kırsal turizmin doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını sağlayacağı, turistlerin yöreye gelmesi ile esnafın ve halkın kazanç elde etmeleri onlarda yerel ortaklıkları ve işbirliğini artırmasına neden olurken yörede yaşayan gençlerin ve kadınların sosyal yaşama katılımlarını da artıracaklarını düşünmektedirler.

Yapılan PESTEL analizi sonucuna göre görüşülen yerel halkın ve çiftçilerin politik boyut ifadelerinde kararsız olduğu ve sosyo-kültürel boyut ifadelerine katıldığı belirlenmiştir. Görüşülen yerel halkın ve çiftçilerin, kırsal turizme ilişkin algılarını tespit etmeye yönelik oluşturulan ölçekteki ifadelerin PESTEL analizi kapsamındaki dağılımına göre verdikleri cevapların ortalamaları dikkate alındığında; kırsal turizmi sırasıyla sosyo-kültürel, ekonomik, yasal, teknolojik, çevresel ve politik açıdan önemli olarak algıladığı gözlenmiştir. Çalışmada yapılan PESTEL analizi sonucuna göre kırsal turizmin; politik açıdan yöredeki kamu hizmetlerini artıracakđı, ekonomik açıdan turistlerin yöredeki alışverişlerinin şehir esnafını olumlu etkileyeceği, sosyo-kültürel açıdan yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm konusunda eğitimlerinin ve bilinç düzeylerinin artacağı, teknolojik açıdan Mordoğan'a yönelik kırsal turizm tanıtımlarının internet üzerinden yapılmasının daha fazla turiste ulaşma imkânını

sağlayacağı, çevresel açıdan kırsal alanda trafik sorununu ortaya çıkaracağı ve yasal açıdan ise yörede tarihi ve yöresel dokunun bozulmaması için denetim ve yaptırımların artacağı ortaya konmuştur.

Paydaş analizi ile bölgenin önemli bir kırsal turizm potansiyeli taşıdığı ancak hak ettiği ilgiyi görmediği, bu nedenle yörenin kırsal turizm potansiyelinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması gerektiği ortaya konmuştur. Mordoğan beldesinde kırsal turizmin geliştirilmesi için kırsal alanlarda düzenlenmekte olan faaliyetlere katılan kişiler için yörelerde yeterli konaklama imkânları sağlanamamasından kaynaklı kırsal turizm kapsamında yapılan faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve devamlılığının sağlanması için var olan evlerin pansiyon olarak kullandırılması ve motel, konukevi, dağ evi gibi yeterli nitelikli konaklama tesislerinin kurulması gerektiği belirlenmiştir.

Kırsal turizmin Mordoğan beldesinde gerçekleştirilmesi için öncelikle yol, kanalizasyon, su, elektrik, iletişim vb. altyapı sistemleri iyileştirilmesi gereklidir. Mordoğan Merkez, Eski Mordoğan, Ardiç mahallelerindeki meydanları, sokakları düzenlenmeli ve mahallelere gelen turistlerin ağırlanabilecekleri-konaklayabilecekleri evlerin belirlenmesi ev pansiyonculuğunun gelişmesi gereklidir. Mordoğan beldesinde yerel halk ve diğer tüm aktörlerin koordinasyon içinde olduğu farklı konularda geleneksel hale getirilecek festivaller, etkinlikler organize edilmeli, kış aylarında ileri yaş grupları için uzun dönemli konaklama olanakları geliştirilmeli, değişik aktiviteler sunan yaz okulları açılmalı ve köyler arasındaki ulaşım sorunu halledilmelidir. Karaburun ilçesinde potansiyeli en yüksek olan hurma zeytini ve nergis ürünlerinde coğrafi işareti alınması için başvurularda bulunulmuş olup yöreye özgü yemekler içinde coğrafi işaret belirlenmesi yapılmalıdır.

Günümüzde sosyal medya, tanıtım faaliyetlerinde çok etkin bir araç olması dolayısıyla yerel televizyon kanalları ve gazetelerden yararlanarak yörenin tanıtımı yapılmalıdır. Ayrıca kırsal turizmde uzmanlaşmış kişilere info gezileri düzenlenerek Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinde kırsal turizm potansiyeli fuar ve festivaller ve tanıtım filmleri ile tanıtılarak bilinirliği artırılmalıdır.

Kırsal turizmin Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinde gelişmesi için öncelikle yerel halkın eğitimden geçirilmesi, yerel örgütlerin kurulması, e-rezervasyon ve e-pazarlama yapılabilme olanaklarının oluşturulması, özgün konaklama tesislerinin açılması ve her yaştan yerel halka, gençlere, kadınlara ve turizm aktörlerine eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Karaburun ilçesi Mordoğan beldesinde öncelikle, kırsal turizm hakkında bilgilendirme çalışmalarının yapılması gereklidir. Bu çalışmalarda ülke, il ve ilçe için kırsal turizmin önemi vurgulanmalı, başarılı dünya örnekleri tanıtılmalı, başarılı bir kırsal turizmin yapılabilmesi için örgütlenmenin önemi ve yapılabilecek etkinlikler üzerinde durulmalıdır. İlçede özellikle kırsal turizm için eğitilmiş gençlere büyük gereksinim vardır. Onlara, doğa yürüyüşlerinde rehberlik yapma, yürüyüş parkurlarında yer alacak dinlenme mekânlarında ve doğa kampinglerinde hizmet verme, tekne gezileri düzenleme vd. gibi iş kolları yaratılmalıdır. Bu tür işlerde çalışan gençler sosyal ve ekonomik yönlerden doyum sağlayarak yarımada'dan göç etmeyeceklerdir. Aynı şekilde ev kadınları da pansiyon, restoran, kahvaltı evi, el işi ürünleri satışı gibi hizmetler için eğitilmeli ve bu tür tesisleri açmaları için teşvik görmeli ve kolaylıklar getirilmelidir.

Yörede kırsal turizm konusunda önemli olan kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, sivil toplum örgütleri vb. paydaşlarla birlikte bölgenin kırsal turizm potansiyelini harekete geçirip, geliştirecek, proje, panel, konferanslar düzenlemek suretiyle yerel halk ve çiftçiler de farkındalık oluşturulmalıdır. Yapılan müzakerelerde alınacak kararlar kırsal turizmin politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknoloji, yasal ve çevresel sürdürülebilirlik unsurlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak Karaburun ilçesi Mordoğan beldesi ve Karaburun İlçesinin çevresinin kırsal turizm açısından önemli bir destinasyon oduğu, mevcut turizm potansiyelinin geliştirilebileceğini söylemek mümkündür. Araştırma bölgesinin kırsal kalkınmasında kırsal turizm; yerel halk, çiftçiler ve paydaşlar tarafından önemli bir gelir çeşitlendirici faaliyet olarak değerlendirilmektedir. Katılımcı bir yaklaşımla yöredeki yerel halk ve çiftçilerin gönüllü emeğinden de yararlanılarak, politika belirleyicilerin ve sivil toplum örgütlerinin kırsal turizmin; ekonomik, politik, sosyo-kültürel, yasal ve çevresel boyutlarını dikate alan bir yaklaşımla çalışmalar yürütmesi bölgenin kırsal turizm potansiyelini harekete geçirecektir.

## KAYNAKLAR

- Ahipaşaoğlu, S., Çeltek, E. 2006. Sürdürülebilir kırsal turizm, Ankara, Gazi Kitabevi
- Akputat N., 2015. Ödemiş'in Kırsal Turizm Arz Kaynakları Açısından Değerlendirilmesi ve Öneriler, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi International Journal of Social and Economic Sciences, 5 (2), 84-91.
- Akyol C., Güner S., Oğan Y., Aydın E., Yüce R., Uluyurt T., 2014. Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi – Artvin İli Arhavi İlçesi Örneği, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18 (1), 249-271.
- Anonim, 2012. Karaburun'da Kırsal Turizmin Sektörel Analizi, 2012. (Erişim Tarihi: 20.12.2017)
- Anonim, 2014. Karaburun Belediyesi 2015-2019 Stratejik Plan (<http://karaburun.bel.tr/meclis/stplan2014sonu1.pdf>) (Erişim Tarihi: 18.06.2017).
- Anonim, 2017a. (<http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR-77455/karaburun.html>) (Erişim Tarihi: 04.09.2017)
- Anonim, 2017b. Dünya Karaburun'u koklayacak çiğçiye bayram gibi haber (<http://www.egedesonsoz.com/haber/dunya-karaburun-u-koklayacak-ciftciye-bayram-gibi-haber/970047>) (Erişim Tarihi: 12.05.2019)
- Anonim, 2018a. İzmir İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, (<https://izmir.tarimorman.gov.tr/>) (Erişim Tarihi: 12.04.2018)
- Anonim, 2018b. (<http://www.karaburun.bel.tr/etkinlikler>) (Erişim Tarihi: 04.06.2018)
- Anonim, 2018c. AB Proje Akademisi (<https://www.ab-projeakademisi.com/tkdk-ipard-2>) (Erişim Tarihi: 18.05.2018)
- Anonim, 2019a. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (<http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/>) (Erişim Tarihi: 03.03.2019)
- Anonim, 2019b. Karaburun Kaymakamlığı (<http://www.karaburun.gov.tr/dernek-listesi>) (Erişim Tarihi: 03.03.2019)
- Anonim, 2019c. Nergis Çiceğinin mitolojik hikâyesi (Erişim Tarihi: 09.05.2019) (<http://www.bilgeis.com/bilgeis/nergis-ciceğinin-mitolojik-hikayesi.htm>)
- Arabacı, İ.B., 2010. Stratejik Planlamada Çevre Analizi Tekniği Olarak Pest Analiz, e-Journal of New World Sciences Academy, 5 (3), 39-49.
- Aslan E., 2018. Kırsal Turizmde Yenilik Ve Kırsal Turizm İşletmecilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler (Katılımcılara Ve İşletmelere

İlişkin) Açısından İncelenmesi: Kocaeli/Kartepe Örneği, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (2), 537-562.

Aslantürk, Z., 1999. Araştırma Metot ve Teknikleri, Emre Matbaası, İstanbul.

Ayaz, N., Türkmen, F., Yeşiltaş, M., 2012. "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açıları ve Algıları Üzerine Bir Araştırma", KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (22), 103-112.

Aydın, O. 2012. AB'de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke Ve Türkiye'de Kırsal Turizm. KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23), 39-46.

Bal T., Sipahioğlu C., 2013. Perception Level Of Rural Tourism İn West Mediterranean Region Of Turkey ,Journal Of Food, Agriculture & Environment , 11 (2), 1381-1385.

Bayezit D. 2003. Turizm sektöründe ikinci (yazlık) konutların Türkiye ekonomisindeki etkilerinin istatistiksel analizi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enst., Edirne

Büyüköztürk, Ş. 2002. Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı, Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 32, 470-483.

Cengiz G., Akkuş Ç. 2012. Kırsal Turizm Kapsamında Yöre Halkının Kalkındırılması: Erzurum Örneği G.KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (22), 61-74.

Civelek, C., Dalgın, T., Çeken, H. 2014. Agro-Turizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Agro-Turizm Alanlarında Bir Araştırma, Turizm Akademik Dergisi, 1 (1), 15-28.

Çeken H., Karadağ L., Dalgın T., 2007. Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm Ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 8 (1) , 1-14.

Çeken, H., Uçar, M., Dalgın T. 2012. Kırsal Turizmin Gelişimi Konusunda Yerel Halkın Algıları: Fethiye Yöresi Örneği. Turizm & Araştırma Dergisi, 1 (1), 1-30.

Çepni, S. 2007. Aratırma ve Proje Çalışmalarına Giri. Trabzon: Celepler Matbaacılık. Gelitirilmi 3. Baskı.

Çıkın A., Çeken, Ç., Uçar, M., 2009. Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları Tarım Ekonomisi Dergisi, 15 (1), 1-8.

Çolak, O., 2009. Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın.

- Çorbacı, K., Dönbak, E.R., 2012. Sürdürülebilir Alternatifler Kırsal Ve Tarımsal Turizme Yerel Halkın Yaklaşımları: Adıyaman/Kâhta–Karadut Örneği, 12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 61-66.
- Çuhadar M., Ünal İ., 2017. Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizm Algıları Üzerine Bir Araştırma, Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 3 (2), 1-16.
- Dinçer M.Z., İstanbullu Dinçer F. Avunduk Z.B., Türkiye’de Kırsal Turizmin Sosyokültürel, Teknolojik, Ekonomik, Eğitimsel, Politik, Yasal, Ekolojik Ve Demografik Açılardan Değerlendirilmesi (Steepyed Analizi), 12.Ulusalturizm Kongresi, 30 Kasım – 4 Aralık 2011, Akçakoca , Düzce, 177-194.
- Doğan G., 2012. Ankara İli Ayaş İlçesinin Kırsal Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Duran, C., 2012. “Türkiye’de Dağlık Alanların Kırsal Turizm Açısından Önemi”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (22), 45-52.
- Emiroğlu B. D., 2013. Kazdağı Yöresinde yaşayan yerel halkın kırsal turizme bakışının değerlendirilmesi: Adatepe ve Mehmetalan Köyleri Örneği, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Eymen, U. E., 2007. SPSS 15.0 Veri Analizi Yöntemleri, SPSS Kullanma Kılavuzu İstatistik Merkezi, Yayın No: 1.
- Gönenç, E.G., 2015. Turizm Pazarlaması, Paradigma Akademi, Çanakkale, 143-167.
- Gümüş M., 2015. Yerel Halkın Bakış Açısıyla Kırsal Kalkınmada Tarım Turizmi: Tekirdağ İli Örneği, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim, Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ.
- Günden, C., Miran B., 2008. Çiftçilerin temel işletmecilik kararlarının öncelik ve destek alma açısından analizi. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 5, 67-80.
- Güney, D., Göller, V., 2016. Kırsal Turizm Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımının Belirlenmesi: Misi Köyü Örneği, Turizm Akademik Dergisi, 3 (2), 25-36.
- Hanedar C. vd., 2015. GOÜ Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Bakış Açısıyla Kırsal Turizm, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi Araştırma Makalesi, JAFAG, ISSN: 1300-2910, E-ISSN: 2147-8848, 32 (2), 86-99.
- Işık, Ş., 2002. Karaburun Yarımadası’nın Tarihsel Coğrafyası, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları:120, Ege Üniversitesi Basımevi, 80 s, İzmir.
- İZKA 2014-2023 Karaburun İlçe Özet Raporu, 2017. (Erişim Tarihi: 18.06.2017) (<http://www.izmiriplanliyorum.org/ilceler>)

- İzmir Kalkınma Ajansı 2014-2023 İzmir Bölge Planı, 2017. (Erişim Tarihi: 18.06.2017) ( [www.izmiriplanliyorum.org/](http://www.izmiriplanliyorum.org/))
- Kalaycı, Ş., 2010. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Pegem A Yayınları, Ankara.
- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M., 2012. Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları, KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (22), 93-101.
- Karaman A., Gül M., 2015. Kırsal Turizmin Sosyo-Kültürel - Ekonomik Etkileri Çerçevesinde Konya İli Hadim İlçesi İçin Öneriler, Selçuk Üniversitesi Sosyal Ve Teknik Araştırmalar Dergisi, 10, 1-23.
- Karasar, N., 1995. Bilimsel Araştırma Yöntemi, Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık.
- Kızıloğlu R. vd., 2015. Güvende Yayla Şenliğine Katılan Ziyaretçilerin Kırsal Turizm Bilinç Düzeyinin Belirlenmesi, Araştırma Makalesi Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enst. Dergisi, 5(2), 33-41.
- Kiper T. 2006. Safranbolu Yörökköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.
- Kodaş, D., Eröz, S. 2012. Kırsal turizm ile kültürel turizmin bütünleşmesi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (22), 169-174.
- Kunasekaran, P., Ramachandran, S., Yacob, M. R., Shuib, A., 2011. Development of Farmers' Perception Scale on Agro Tourism in Cameron Highlands, Malaysia, World Applied Sciences Journal, 12 (Special Issue of Tourism & Hospitality), 10-18.
- Kurt İ.B., 2009. Beypazarı İlçesinde Kırsal Turizm, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, Beşeri ve İktisadi Coğrafya Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Kurtuluş, K., 1985. Pazarlama Araştırmaları, İstanbul Üniversitesi, Yayın No: 2789, İstanbul.
- Kuşat N., 2014. Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm Ve Türkiye'de Uygulanabilirliği, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10 (2), 65-87.
- Macdonald, R., Jolliffe, Lee, 2003. Cultural Rural Tourism: Evidence From Canada, Annals of Tourism Research, 30 (2), 307-322.
- Malkanhi, S.H.P., Routry, J.K. 2011. Potential for Agritourism Development: Evedance From Sri Lanka, The Journal of Agricultural Sciences, 6 (1), 45-58.



- Miran, B., 2011. Temel istatistik, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Morgül Ş.M., 2006. Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Trakya
- Muhacir Aslan S.A, Özdemir M., 2017. Kırsal Turizmin Fiziksel Sosyal ve Kültürel Etkileri Konusunda Halkın Görüşleri: Artvin Örneği, Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 19 (1), 11-18.
- Oktay N., 2006. Pest Analizi, Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü ([http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255436676r6791.7.\\_Sunum\\_Pest\\_Analizi.pdf](http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255436676r6791.7._Sunum_Pest_Analizi.pdf))
- Ongun, U., Gövdere, B., 2014. “Bölgesel Kalkınmada Kırsal Turizmin Etkisi: Ağlasun Yeşilbaşköy Örneği”, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Dergisi Bilimler, 4 (2), (51-57).
- Ongun U., Gövdere B., Çelik T., 2015. “Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7 (12), 90-116.
- Ongun U., Gövdere B., Çiçek U., 2016. Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi İle değerlendirilmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 7 (16), 75-88.
- Ongun U., Gövdere, B., Çelik, T. 2016. “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açılarının Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8 (17), 406-423.
- Önen, E., 2017. Türk Ve Rumların Yarımada'da Birlikte Yaşadıkları Dönemin Kültürel İzleri: Germiyan Köyünden Örnekler, Sosyoloji Dergisi , 35, 1-19
- Özçatalbaş O., Mansuroğlu S., Ceylan İ. C., Akçaöz H., Kutlar İ., 2010. The evaluation of the importance of rural tourism extension for community development and Turkey, Journal of Food, Agriculture & Environment, 8 (3-4), 973-975.
- Özdemir, M. A., Kervankıran İ., 2011. Turizm Ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. Marmara Coğrafya Dergisi, 24, 1-25.
- Özkan E. 2007. Türkiye'de Kırsal Kalkınma Politikaları Ve Kırsal Turizm, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kent Ve Çevre Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara .
- Pektaş G.Ö.E., Kahraman C., Alkan G., 2018. Türkiye'de Coğrafi İşaretler Ve İhracat Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi, Doğu Coğrafya Dergisi, 23 (39), 65-82

- Rehber, E. 2009. Tarımda Örgütlenme ve Sorunları. (<http://www.erekonomi.com/orgut.pdf>) (Erişim Tarihi: 04.03.2019)
- Sert, A.N. 2013. Kırsal Turizm Bölgelerinde Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Beypazarı Festivaline Yönelik Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Sezer B., Küçükaltan D., Çakır A., 2013. “Edirne - Çamlıca Beldesi’nde Kırsal Turizm ve Turizm Algısı”, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3 (2), 46-54.
- Soykan, F., Sezer, L.İ., Işık, Ş., 1993. Karaburun Yarımadası’nın Doğal Özellikleri, Tarihsel Coğrafyası ve Turizm Potansiyeli, Ege Üniversitesi Araştırma Fon Saymanlığı 1989/002 No’lu Proje Raporu, Bornova-İzmir.
- Soykan F. 1999. Doğal Çevre Ve Kırsal Turizm İle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 10, 67-75.
- Soykan F., 2003. Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi, Ege Coğrafya Dergisi, 12, 1-11.
- Saxena, G., Clark, G., Oliver, T. and Ilbery, B. 2007. Conceptualizing integrated rural tourism, Tourism Geographies, 9(4), 347-370.
- Sharpley, R. 2002. Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. Tourism Management, (23), 233-244.
- Skuras, D., Dimara, E. and Petrou, A. 2006. Rural tourism and visitors expenditures for local food products, Regional Studies, 40 (7), 769-779.
- Stundziene A., Blikiene R, 2012. Ekonomikos svyravimu itaka imoniui veiklos rezultataims. Business: Theory and practice, 13, 5-17.
- Torun C., 2015. Elazığ İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Tosun C., Bilim Y, Temizkan R. 2003. Alternatif Turizm ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri: Hatay Örneği, Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs 2003, Çankırı.
- TÜİK İstatistik Kurumu Basın Odası Haberleri, 2016. Sayı: 16 (Erişim Tarihi: 01.05.2017)
- TÜİK, Adrese Dayalı Nüfus Sistemi, 2017. (Erişim Tarihi: 01.05.2017)
- TÜİK,2019. ([www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)) (Erişim Tarihi: 10.01.2019)
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği),2017. Erişim Tarihi: 10.05.2017 <https://www.tursab.org.tr/>

- Uçar, M., Uçar, H., Kurnaz, A., Kurnaz, H. A., 2012. Kırsal turizmin sosyo-ekonomik yapıya etkisi ve Fethiye örneği. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (22), 75-82.
- Ukav İ., Çetinsöz C. B., 2015. Adıyaman ilinde Çiftçilerin Tarım Turizmi Üzerine Algılamaları, Mesleki Bilimler Dergisi, 4 (1), 8-20.
- Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu, 2017 (Erişim Tarihi: 10.05.2017). (<http://www.kirsalturizm.gen.tr/>)
- Ün, E., Tutar, F., Tutar, E., ve Erkan, Ç., 2012. “Ekonomik Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü: Türkiye Örneği”, International Conference On Eurasian Economies, Session 4C, Turizm, 345-350.
- Yallagöz T. D., 2010. Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Kırsal Turizm: Çanakkale Bölgesi Ayvacık Yöresi Uygulaması, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Yazgan, Ş., Kadanalı, E. 2012. Ağrı ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (22), 5-10.
- Yenilmez, K., 2008. Open Primary Education School Students’ Opinions About Mathematics Television Programmes, Turkish Online Journal of Distance Education – Tojde, 9 (4), 176- 189.
- Yılmaz G. ve Gürol N., 2012. Balıkesir İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23), 23-32.
- Yiğiter Sarıçam S. 2007. İzmir İli Bütününde Biyosfer Rezerv Alanları Ve Saptanması Üzerine Araştırmalar Karaburun Yarımadası Örneği, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Bornova – İZMİR.
- Zurnacı, N. 2012. Kırsal Turizmde Girişimcilik ve Örgütlenme, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (2), 65-70.

## ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Meltem MERKEZ  
Doğum Yeri ve Yılı : İZMİR, 1993  
Medeni Hali : Bekâr  
Yabancı Dili : İngilizce  
E-posta : [meltem2711@hotmail.com](mailto:meltem2711@hotmail.com)

### Eğitim Durumu

Lise : İzmir Ticaret Meslek Lisesi  
Muhasebe Ve Finansman Alanı / Bilgisayarlı Muhasebe  
Dalı  
Önlisans : Dokuz Eylül Üniversitesi - Tarımsal İşletmecilik (İ.Ö.)  
Lisans : Anadolu Üniversitesi (Açık Öğretim Fakültesi)  
İşletme Fakültesi / İşletme Bölümü  
Süleyman Demirel Üniversitesi  
Ziraat Fakültesi / Tarım Ekonomisi Bölümü

### Mesleki Deneyim

Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Nazif Kayalar  
(Stajyer, Muhasebe Meslek Elemanı) 2010-2013  
İzmir Tarım ve Orman Bakanlığı (Stajyer) 2013-2013 (1 Aylık)  
İzmir Tarım ve Orman Bakanlığı (Stajyer) 2015-2015 (1 Aylık)  
Şekerbank (Tarım Bankacılığı Müşteri Temsilcisi) 2018- (halen)

### Yayınları

Yılmaz, H., Merkez, M. & Unlu, N. 2017. An Empirical Analysis on the Determinants of Government-subsidised Crop Insurance Purchase in Grape Production in Turkey. Erwerbs-Obstbau, 2017 (59) : 51–60

Yılmaz, H., Meltem M., 2018, Kırsal Kalkınmada Gelirin Çeşitlendirilmesi Açısından Kırsal Turizmin Önemi, Uluslararası Tarım, Çevre ve Sağlık Kongresi, 26-28 Ekim 2018, Aydın ,928-939.