

**YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISIYLA  
KIRSAL KALKINMADA TARIM TURİZMİ:  
TEKİRDAĞ İLİ ÖRNEĞİ  
Metin GÜMÜŞ**

**Yüksek Lisans Tezi  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı  
Danışman: Yrd.Doç.Dr.Harun HURMA**

**2015**

**T.C.**

**NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ**

**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISIYLA KIRSAL KALKINMADA TARIM**

**TURİZMİ: TEKİRDAĞ İLİ ÖRNEĞİ**

**Metin GÜMÜŞ**

**TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

**DANIŞMAN: YRD. DOÇ. DR. HARUN HURMA**

**TEKİRDAĞ – 2015**

**Her Hakkı Saklıdır**

Yrd. Doç. Dr. Harun HURMA danışmanlığında Metin GÜMÜŞ tarafından hazırlanan “Yerel Halkın Bakış Açısıyla Kırsal Kalkınmada Tarım Turizmi: Tekirdağ İli Örneği” isimli bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oybirliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı: Doç. Dr. Murat CANKURT

*İmza:*

Üye: Yrd. Doç. Dr. Harun HURMA

*İmza:*

Üye: Yrd. Doç. Dr. Emine YILMAZ

*İmza:*

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu Adına

Prof.Dr. Fatih KONUKCU

**Enstitü Müdürü**

## ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISIYLA KIRSAL KALKINMADA TARIM TURİZMİ:

TEKİRDAĞ İLİ ÖRNEĞİ

**Metin GÜMÜŞ**

Namık Kemal Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Harun HURMA

Kırsal kalkınma, kırsal kesimde yaşayan ve geçiminin büyük bir kısmını tarımdan sağlayan bireylerin yaşam koşullarının iyileştirilmesi konusunda yapılan çalışmalar bütünüdür. Kırsal kalkınma çalışmaları yapısal faktörleri bünyesinde barındırdığı gibi, kırsal alanların sosyal ve ekonomik yönden gelişmesine ışık tutacak farklı uygulamaları da içermektedir. Kırsal turizmin kapsadığı tarım turizmi, tarımsal amaçlı kullanılan alanlara ziyaretçi çekmek için yapılan uygulamalar olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda tarım turizmi, küçük aile işletmelerinin tarımsal gelirlerini artırmak için dikkate alınması gereken bir seçenek olarak görülmektedir. Tarım turizmi, işletmedeki aile üyeleri için istihdam fırsatı sağlamakta ve ailenin gelire katkısını artırmaktadır. Birçok üretici için tarım turizminin en faydalı yanlarından biri de kuşkusuz “tarım”ın tam anlamıyla ne olduğunu tüketicilere anlatma fırsatı sağlamasıdır. Bu çalışmada Tekirdağ ilindeki tarım işletmeleri için ek gelir sağlayabilecek tarım turizminin (Agri-Tourism) bölgedeki tarımsal işletme yapısına uyumu ve uygulanabilme olanakları araştırılmıştır. Çalışmada bölgede yer alan üreticilerin tarım turizmine yönelmeme sebeplerinin başında altyapı eksikliği ve tanıtım eksikliği gelmektedir. Tekirdağ ilinde kırsal kesimde turistlerin ilgisini çekebilecek yöresel ürünlerin sergilenmesine imkan veren olanakların olmaması ya da yetersiz olması üreticilerin tarım turizmine yaklaşımını etkilemektedir.

**Anahtar kelimeler:** Kırsal turizm, Tarım turizmi, kırsal kalkınma, Tekirdağ

2015, 78 sayfa

## **ABSTRACT**

Master of Thesis

AGRO-TOURISM for RURAL DEVELOPMENT FROM FARMERS' PERSPECTIVE:

THE CASE OF TEKİRDAĞ

**Metin GÜMÜŞ**

Namık Kemal University  
Graduate School of Natural and Applied Sciences  
Department of Agricultural Economics

Supervisor: Assist. Doç. Dr. Harun HURMA

Rural development is a set of improving life conditions of people who live in rural and providing a large part of subsistence from agriculture. Rural development activities as incorporate structural factors, shed light on the development of rural areas, social and economic aspects are included in different applications. Rural tourism, agriculture covered by tourism, is defined as the application made to attract visitors to the area used for agricultural purposes. In this context, agricultural tourism is seen as an option that should be considered to increase the agricultural income of small family businesses. Agricultural tourism, provide employment opportunities for family members in the business and increase the contribution of family income. One of the most useful addition to the many manufacturers of agricultural tourism, of course, "agriculture" is then providing the opportunity to tell consumers what is, literally. In this study, in Tekirdag province of agritourism farms can provide additional income for ( Agri-Tourism) in alignment with the agricultural business structure and implementation possibilities were investigated in the region. The lack of infrastructure and lack of promotion is the first reason that make producers in the region turn to the agricultural tourism. the lack of opportunities attract the attention of tourists in rural areas in Tekirdağ which allows the display of local products affects the approach to agricultural tourism of producers.

**Key Words:** Rural tourism, agricultural tourism, rural development, Tekirdag

**2015, 78 pages**

## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ÖZET</b> .....  | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | <b>v</b>    |
| <b>İÇİNDEKİLER</b> .....   | <b>vi</b>   |
| <b>ÇİZELGE DİZİNİ</b> .....                                      | <b>viii</b> |
| <b>ŞEKİL DİZİNİ</b> .....  | <b>x</b>    |
| <b>1.GİRİŞ</b> .....   | <b>1</b>    |
| <b>2. KAYNAK ÖZETLERİ</b> .....                                  | <b>3</b>    |
| <b>3. MATERYAL VE YÖNTEM</b> .....                               | <b>10</b>   |
| 3.1. Materyal.....   | 10          |
| 3.2. Verilerin Toplanması Aşamasında Kullanılan Yöntem.....      | 10          |
| 3.3. Verilerin Analizi Aşamasında Kullanılan Yöntemler .....     | 11          |
| <b>4. TURİZM ve TURİZMİN SINIFLANDIRILMASI</b> .....             | <b>17</b>   |
| 4.1. Turizm .....  | 17          |
| 4.2.Turizmin Sınıflandırılması .....                             | 18          |
| 4.2.1. Turistin Geldiği Yere Göre Turizm .....                   | 18          |
| 4.2.2. Turist Sayısı Açısından Turizm.....                       | 19          |
| 4.2.3. Katılanların Amacına Göre Turizm.....                     | 19          |
| 4.2.4. Seçilen Zaman Açısından Turizm .....                      | 23          |
| 4.2.5. Katılanların Yaşına Göre Turizm .....                     | 23          |
| 4.2.6. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm ..... | 23          |
| 4.2.7. Konaklama Süresine Göre Turizm Şekilleri.....             | 23          |
| <b>5. KIRSAL KALKINMA VE TARIM TURİZMİ</b> .....                 | <b>24</b>   |
| 5.1. Kırsal Kalkınma.....  | 24          |
| 5.2. Tarım Turizmi .....   | 26          |
| 5.2.1. Tanım ve Kapsam.....                                      | 26          |
| 5.2.2. Tarım Turizminin Amacı ve Faaliyetleri.....               | 29          |
| 5.2.3. Tarım Turizminin Avantajları ve Dezavantajları .....      | 34          |
| <b>6. ARAŞTIRMA SAHASI HAKKINDA GENEL BİLGİ</b> .....            | <b>35</b>   |
| 6.1. Tekirdağ İlinin Coğrafi Yapısı .....                        | 35          |

|  |           |
|--|-----------|
| 6.1.1. İklim .....   | 35        |
| 6.1.2. Bitki Örtüsü .....  | 35        |
| 6.2. Tekirdağ İlinin Tarımsal Yapısı .....   | 36        |
| 6.3. Doğal Kaynak Yapısı .....   | 37        |
| 6.3.1. Ormanlar .....  | 37        |
| 6.3.2. Göller .....  | 37        |
| 6.3.3. Nehir ve Akarsular .....  | 38        |
| 6.3.4. Flora ve Fauna .....  | 38        |
| <b>7. ARAŞTIRMA BULGULARI .....</b>  | <b>39</b> |
| 7.1. Genel Bilgiler .....  | 39        |
| 7.2. İşletmelerin Üretim Faaliyetleri ile İlgili Bilgiler .....  | 41        |
| 7.3. Üreticilere Göre Buldukları Bölgede Turistlerin İlgisini Çekebilecek Özellik ve Aktiviteler ..... | 50        |
| 7.4. Tarım Turizminin Fayda ve Amaçlarının Üreticilerce Değerlendirilmesi .....                        | 52        |
| 7.5. Tekirdağ İlinde Tarım Turizminin Gelişmeme Nedenleri (Bulanık Eşli Karşılaştırma) .....           | 59        |
| 7.6. Üreticilerin Tarım Turizmi Amaçlarını Algılama Düzeyi .....                                       | 61        |
| <b>8. SONUÇ ve ÖNERİLER .....</b>  | <b>67</b> |
| <b>9. KAYNAKLAR .....</b>  | <b>71</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>  | <b>78</b> |

## ÇİZELGE DİZİNİ

### Sayfa

|   |    |
|---|----|
| Çizelge 3.1. Stress değerleri ve uygunluk .....   | 12 |
| Çizelge 5.1. Tarım Turizmi Faaliyetleri .....   | 30 |
| Çizelge 5.2. Tarım İşletmelerin Sahip Olduğu Doğal, Fiziksel ve Kültürel Varlıklar Açısından Tarım Turizmi Faaliyetleri ..... | 31 |
| Çizelge 5.3. Tarım Turizmi Faaliyetlerinin Gruplandırılması.....  | 32 |
| Çizelge 6.1. Arazi Varlığı Dağılımı.....  | 36 |
| Çizelge 6.2. İşlenen Tarım Alanlarının Dağılımı .....   | 37 |
| Çizelge 7.1. Tarımsal Üreticiler ve Tarım İşletmeleriyle İlgili Genel Bilgiler .....  | 39 |
| Çizelge 7.2. Üreticilerin Yaş Dağılımı .....  | 39 |
| Çizelge 7.3. Üreticilerin Eğitim Durumu .....   | 40 |
| Çizelge 7.4. İşletmelerin Gelir Durumu .....  | 40 |
| Çizelge 7.5. İşletmelerin Tarım Dışı Gelir Kaynakları .....   | 41 |
| Çizelge 7.6. İşletmelerin Konumsal Bilgileri .....  | 41 |
| Çizelge 7.7. İşletmelerin Faaliyet Alanları .....   | 41 |
| Çizelge 7.8. İşletmelerin Arazi Durumları .....   | 42 |
| Çizelge 7.9. İşletmelerin Toplam Arazi Dağılımı .....   | 43 |
| Çizelge 7.10. İşletmelerin Parsel Sayısı Dağılımı .....   | 44 |
| Çizelge 7.11. İşletmelerde Yetiştirilen Ürünler.....  | 44 |
| Çizelge 7.12. İşletmelerde Yetiştirilen Ürünler.....  | 45 |
| Çizelge 7.13. Hayvansal Üretim Dağılımı .....   | 46 |
| Çizelge 7.14. Konut İle İlgili Bilgiler.....  | 46 |
| Çizelge 7.15. İşletmelerin Sahip Oldukları Konutlardaki Tuvalet Durumu.....   | 47 |
| Çizelge 7.16. İşletmelerin Sahip Oldukları Konutlardaki Misafir Odası Durumu.....   | 47 |
| Çizelge 7.17. Turizm ya da Gezi Amaçlı Ziyaretçi Kabul Edenler.....   | 47 |
| Çizelge 7.18. İşletmelerin Hangi Turistleri Ağılayabileceği.....  | 48 |



|   |    |
|---|----|
| Çizelge 7.19. İşletmelerin Turistleri Kaç Gün Ağırlayabilecekleri.....                      | 48 |
| Çizelge 7.20. İşletmelerin Hangi Aylarda Ziyaretçi Kabul Edebilecekleri.....                | 49 |
| Çizelge 7.21. İşletmelerin Hangi Günlerde Ziyaretçi Kabul Edebilecekleri.....               | 49 |
| Çizelge 7.22. İşletmelerin Turistler İçin Sunabilecekleri Hizmet Dağılımı.....              | 50 |
| Çizelge 7.23. İşletmelerin Köye Gelecek Turistleri Ağırlayabilecekleri Yerler Dağılımı..... | 50 |
| Çizelge 7.24. Tarım Turizminin Amaçlarının Üreticilerce Önem Sırası.....                    | 56 |
| Çizelge 7.25. Bölgede Üretilen Ürünlerin Satışa Sunulma Oranı.....                          | 58 |
| Çizelge 7.26. Üretilen Ürünleri Satmaya İstekli Üreticilerin Oranı.....                     | 58 |
| Çizelge 7.27. Tekirdağ İlinde Tarım Turizminin Gelişmeme Nedenleri ve Ağırlıkları.....      | 60 |
| Çizelge 7.28. Tarım Turizmi Amaçları.....   | 62 |
| Çizelge 7.29. Güvenilirlik Analizi.....   | 62 |
| Çizelge 7.30. İterasyon Geçmişi.....  | 62 |
| Çizelge 7.31. Ortak Uzay Koordinatları.....   | 64 |

## ŞEKİL DİZİNİ

### Sayfa

|   |    |
|---|----|
| Şekil 3.1. A ve B Arasında Karşılaştırma Yapmak Amacıyla Kullanılan Bulanık Eşleme Yaklaşımı.....                               | 14 |
| Şekil 7.1.Araştırma Alanında Turistlerin İlgisini Çekebilecek Özellik ve Aktiviteler .....                                      | 51 |
| Şekil 7.2.Üreticiler Açısından Buldukları Bölgedeki Çeşitli Faaliyetler ve Özelliklerin Tarım Turizmi İçin Önem Düzeyleri ..... | 53 |
| Şekil 7.3.Tarım Turizminin Faydalarının Üreticilerce Değerlendirilmesi .....  | 54 |
| Şekil 7.4.Üreticilerin Verdikleri Cevaplara Göre Tarım Turizminin Faydalarının Önem düzeyi .....                                | 55 |
| Şekil 7.5. Üreticilerin Tarımsal Faaliyetleri ile Elde Ettikleri Ürünler .....  | 57 |
| Şekil 7.6. Tarım Turizmi Amaçlarının Üreticiler Tarafından Algılanma Durumu .....   | 65 |

## 1.GİRİŞ

Kırsal kalkınma, kırsal kesimde yaşayan ve geçiminin büyük bir kısmını tarımdan sağlayan bireylerin yaşam koşullarının iyileştirilmesi konusunda yapılan çalışmalar bütünüdür.

Günümüzde yaşanan gelişmeler neticesinde gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde kırsal kalkınma politikalar yeniden gözden geçirilmeye başlanmıştır.Bu nedenle kırsal kalkınma kavramı son yıllarda üzerinde en çok tartışılan konulardan biri haline gelmiştir (Çeken ve ark. 2007).

Geniş bir tanımla kırsal kalkınma; kırsal alanlarda yaşayan insanların sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan yapısını değiştirecek biçimde üretim, gelir ve refah düzeylerinin geliştirilmesi, dengesizliklerin giderilmesi, kentsel alanlarda mevcut fiziksel ve toplumsal alt yapının kırsal alanlarda da oluşturulması, tarımsal ürünlerin daha iyi değerlendirilmesi yönündeki süreçleri, etkinlik ve örgütlenmeleri ifade etmektedir (Geray 1999).

Kırsal kalkınma çalışmaları yapısal faktörleri bünyesinde barındırdığı gibi, kırsal alanların sosyal ve ekonomik yönden gelişmesine ışık tutacak farklı uygulamaları da içermektedir.

Kırsal turizm, bireylerin şehir yaşantısından uzaklaşma çabalarının bir sonucu olarak son 20 yıldır hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu sayede kişiler yeni tecrübeler edinmekte ve deneyimlerini artırmaktadırlar (Maetzold 2002). Deniz, kum, güneş turizmi olarak ifade edilen kitle turizmine olan talebin düşmesi alternatif turizm çeşitlerinin türemesine sebep olmuştur (Karafakı ve Yazgan 2012).

Kırsal turizm, bünyesinde tarım turizmi gibi birçok alternatif turizm türünü de barındırmaktadır.

Kırsal turizmin kapsadığı tarım turizmi, tarımsal amaçlı kullanılan alanlara ziyaretçi çekmek için yapılan uygulamalar olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda tarım turizmi, küçük aile işletmelerinin tarımsal gelirlerini artırmak için dikkate alınması gereken bir seçenek olarak görülmektedir. Bir anlamda tarım turizmi, küçük ölçekli, düşük etkili, temel anlamda eğitim amaçlı ekoturizme benzemektedir (Anonim 2009). Tarım turizmi, bitkisel ve hayvansal üretim yapan tarım işletmelerinde çalışmak üzere tarım ve turizmi birleştiren ticari bir yatırımdır. Kesin bir tanımla, bir tarım işletmesine veya tarla, bahçe gibi herhangi bir tarımsal faaliyet alanına eğlenme, eğitim veya günlük tarımsal aktivitelerde aktif rol alma amaçlı yapılan ziyaretlerdir (Anonim 2008a).

Tarım turizmi, işletmedeki aile üyeleri için istihdam fırsatı sağlamakta ve ailenin

gelire katkısını artırmaktadır. Birçok üretici için tarım turizminin en faydalı yanlarından biri de kuşkusuz “tarım”ın tam anlamıyla ne olduğunu tüketicilere anlatma fırsatı sağlamasıdır.

Tekirdağ ili Marmara denizi ve Karadenize kıyısı olması bakımından önemli bir deniz turizmi merkezidir. Ayrıca ilde yapılan Ayçiçeği, Buğday ve Kanola tarımı ülkesel üretime önemli katkılar sağlamaktadır. Bu yönüyle incelendiğinde de önemli bir tarım merkezidir. Tekirdağ ilinde ileri tarım teknikleri ile yapılan bitkisel ve hayvansal üretim tarım işletmelerini çekici kılmaktadır. Bu, tarım turizmi açısından bir avantaj olarak görülebilmektedir. Ayrıca bölgedeki doğal güzellikler, bağcılık ve şarap işletmelerinin varlığı da tarım turizmi açısından önemlidir. Tekirdağ, İstanbul İline olan yakınlığı olması ve buradaki bireylerin tatil alternatiflerinin başında gelmesi açısından da avantajlı bir konumdadır.

Bu çalışmada Tekirdağ ilindeki tarım işletmeleri için ek gelir sağlayabilecek tarım turizminin (Agri-Tourism) bölgedeki tarımsal işletme yapısına uyumu ve uygulanabilme olanakları araştırılmıştır. Çalışmada, tarım turizminin ülke ve bölge ekonomisi açısından önemini tartışılmış ve Tekirdağ İli özelinde yerel halkın tarım turizmine olan tutumunu incelenmiştir.

Tez 8 bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın; birinci bölümünde; tarım turizmi ve kırsal kalkınma arasındaki ilişkinin anlatıldığı giriş bölümü yer almaktadır. İkinci bölümde kaynak özetlerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmada kullanılan materyal ve analiz yöntemlerine değinilmiştir. Dördüncü bölümde; turizm ve turizm çeşitleri tanımlanarak sınıflandırılması yapılmıştır. Beşinci bölümde kırsal kalkınma ve tarım turizmi arasındaki ilişki anlatılarak tarım turizmiyle ilgili ayrıntılı bilgi verilmiştir. Altıncı bölümde çalışmanın yapıldığı alanla ilgili genel bilgi verilmiştir. Yedinci bölümde araştırma bulguları anlatılmıştır. Sekizinci ve son bölümde ise sonuç ve öneriler değerlendirilmiştir.

## 2. KAYNAK ÖZETLERİ

Civelek (2013), “Sürdürülebilirlik Kapsamında Agro-Turizm Ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Tatuta Çiftliklerinin Agro-Turizm Potansiyeli Yönünden Değerlendirilmesi” başlıklı Yüksek lisans çalışmasında ülkemizde geniş bir uygulama alanı olan, sürdürülebilirlik doğrultusunda hareket eden agro-turizmin, Muğla yöresindeki TaTuTa çiftlikleri ele alınarak potansiyeli ve uygulamaları ortaya konmaya çalışılmıştır. Agro-turizm ve kırsal kalkınma ilişkisini ortaya koyabilmek adına çalışmaya yerel halk da dahil edilmiştir. Araştırma yöntemi olarak katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış mülakat kullanılmıştır. Çalışmada kitle turizmi ile özdeşleşen Muğla yöresinin agro-turizm yönünden potansiyeli değerlendirilmeye çalışılmıştır. Civelek, agro-turizm faaliyetleri içerisinde olan işletme sahiplerinin yerel ve ulusal yönetimler tarafından desteklenmesi ve teşvik edilmesi önerisinde bulunmuştur. Çiftliklere ulaşım konusunda altyapı yatırımlarına önem verilmesi, yerel halkın agro-turizm faaliyetlerine katılması, faaliyetleri çeşitlendirmesi ve ürünlerini pazarda satabilme olanağı sağlanması önerilerinde bulunmuştur. Değişen koşullar ve teknolojik değişimler sonucunda pazarlamanın sağlanabilmesi için işletmelerin kendilerine ait web sitelerinin oluşturulmasını önermiştir. Agro-turizm ve kırsal turizm türleri ile ilgili yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini bildirmiştir. Doğal mimari yapılarda restore çalışmalarının yapılmasını önermiştir. Agro-turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesini, yöreye özgü el sanatlarının sürdürülmesini, endemik bitkilerin üretilebilme ve pazarlanabilme olanaklarının sağlanmasını önermiştir. Ülkemizde agro-turizm faaliyetlerine uygun alanlarla ilgili envanter çıkarılarak, bu doğrultuda bölge ya da yöre için SWOT analizi yapılmasını önermiştir.

Artuğer ve ark. (2013), Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisinde yayınlanan “Ta-Tu-Ta (Tarım-Turizm-Takas) Çiftliklerinin Pazarlanması ve Tanıtılması İçin Öneriler” isimli makalesinde, yeteri kadar destek ve ilgi görmeyen, bununla birlikte yeteri kadar iyi tanıtılmayan tarım çiftliklerinin, pazarlama karması elemanları (7P) ışığında literatürden de faydalanılarak pazarlanması ve tanıtılması için önerilerde bulunmuş ve eksikliklerin dikkatini çekmişlerdir. Buna göre Artuğer ve diğerleri, Ta-Tu-Ta çiftliklerinin ve tarım turizminin tanıtılması ve pazarlanmasında basın bültenleri, e-mailing, Buğday Dergisi, fuarlar, üniversitelerde tanıtım stantları, Ta-Tu-Ta facebook grubu yöntem ve araçlarının kullanıldığını ve ayrıca, Gençtur ile 2007 yılından beri TaTuTa projesinin tanıtım ve pazarlanmasında ortak çalışma yapıldığını tespit etmişlerdir. Ta-Tu-Ta çiftliklerinin geniş kitlelere ulaşması için kişisel web sayfalarının olması gerektiğini belirtmişlerdir. Buğday

derneği sadece kendilerine belirli bir ücret karşılığında üye olan kişilerle Ta-Tu-Ta çiftliklerine ait iletişim ve adres bilgilerini paylaşmaktadır. Hem tarım turizminin hem de bu çiftliklerin daha geniş kitlelere tanıtılması ve ulaşması için bu bilgilerin herhangi bir ücret ödemedi ulaşılabılır olması gerektiğini önermişlerdir. Ta-Tu-Ta çiftliklerinin tanıtımında daha geniş kitlelere ulaşmada etkili olmak için broşürler basılmasını, billboardlar kullanılarak tanıtıcı reklamlar yapılmasını, radyo ve televizyon reklamları kullanılmasını önermişlerdir. Ancak tüm bu unsurların bir araya gelebilmesi ve yapılabilmesi için elbette ilgili devlet kurumları ve yöneticilerinin desteğinin de olması gerektiğini belirtmişlerdir.

Shafeei (2012), “İzmir İnciraltında Doğa Temelli Bir Agro Turizm Yaklaşımı Kentsel Tasarım Projesi “ isimli Yüksek lisans çalışmasında sürdürülebilirliğe yönelik doğal sit alanlarını koruyarak ve alanda kültürel zenginliklere değer vererek tarım turizm ağırlıklı bir proje çalışması yapılmıştır. Ana konsept olarak halkın Agro-turizme yönelmek amacıyla İzmir Körfezini alanın kuzeyinde bir fırsat olarak değerlendirip ve halkın konut alanından denizle buluşma mesafesinde tarım turizmi hizmeti sunmak düşünülmüştür. Tasarım projesinde ziyaretçilerin çeşitli beklentilerini göz önünde bulundurarak kısa süreli ve uzun süreli yani bir kaç saatlik veya bir kaç günlük zaman geçirebilecekleri zamanı düşünerek konaklama ve tarım hizmetleri sunmak amacıyla alanda değişik etaplarda tarım ve sera alanları düşünülmüş ve tasarlanmıştır. Alanın aynı zamanda gece ve gündüz canlı tutmak ve hareketlilik katmak amacıyla farklı fonksiyonların birbirinin kenarında yer alması öngörülmüştür. Farklı yaş gurupları için hitap edecek aktiviteler proje üzerinde yer almaktadır.

Türkben ve ark. (2012), KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisinde yayınlanan “Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi” isimli makalesinde, tarım turizminin kırsal nüfusa ek gelir sağlayarak köyden kente göç ve buna bağlı ekonomik, sosyal ve kültürel sorunların azaltılması bakımından önemine ve Türkiye’de bağcılık yapılan tarım turizmi açısından potansiyeli yüksek yörelerimizin dikkatini çekmiştir. Agro turizmin yörede yaşayan halkın sosyo-ekonomik açıdan gelişmesine katkı sağlayacağını, aynı zamanda doğal değerlerin korunmasını ve geleneksel kültürlerin yaşatılmasını sağlayacağını bildirmişlerdir. Doğal çevreye zarar vermeyen ona sahip çıkan turizm şekli olan agro turizmin biyolojik çeşitlilik ve ekosistemi korumaya katkıda bulunduğunu bildirmektedirler. Agro turizm içerisinde yer alan bağ turizmin gelişimi ile ülkemizin kültürel değerlerinin tanıtımının yapılabileceğini bildirmişlerdir. Agro turizm ile turizm gelirlerimizin artacağını ve bu sayede köyden kente göçün önlenmesinde fayda sağlayacağını bildirmişlerdir. Akılcı bir planlama ile Türkiye’de tarım turizmi potansiyelinin

en iyi şekilde değerlendirilmesi gerektiğini bildirmişlerdir.

Taş (2012), “Trabzon ve Ekoturizm: Yerli Ziyaretçilerin Yöreyi Değerlendirmesine Yönelik Bir Araştırma” isimli yüksek lisans çalışmasında, ülkemizin sahip olduğu ekoturizm çeşitlerini belirlemiş, bu konuda açıklayıcı bilgiler vermiştir. Yörenin ekoturizme yönelik doğal ve kültürel kaynaklarını inceleyerek, mevcut ve potansiyel ekoturizm aktivitelerinin Trabzon İlinde ekoturizm faaliyetleri içerisinde gerçekleştirilmesi için çözüm önerilerini ortaya koymuştur.

Güzel (2011), Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinde yayınlanan “Türkiye’de İç Turizm Pazarı Analizi Ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları” isimli makalesinde, iç turizm kavramının önemi üzerinde durmuş, Türkiye içindeki tüm illere yönelik yerli turist akışını konaklama istatistikleri vasıtasıyla ortaya koymuştur. İç turizm hareketlerini bölgeler bazında düşük olan yerlere, gerek tatil için yurt dışını tercih eden vatandaşları gerekse tatil alışkanlığı olmayan vatandaşları çekebilecek alternatif turistik ürün örnekleri sunmuştur.

Kiper ve ark (2011), “Tekirdağ İli Şarköy İlçesinde Kırsal Turizme Yönelik Alan Kullanım Planlaması” isimli proje raporunda, “Tekirdağ İli Şarköy İlçesinin doğal ve kültürel peyzaj değerleri ile birlikte çeşitlendirilerek kırsal turizm faaliyetleri içerisinde yerini alabilmelidir” düşüncesinden hareketle bütüncül bir kalkınma için kırsal turizmin önemini vurgulamıştır. Bu amaçla öncelikle araştırma alanının doğal ve kültürel özellikleri coğrafi bilgi sistemi ortamında işlenerek veri tabanı oluşumu sağlanmış ve Hızlı Kırsal Değerlendirme toplantıları gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda; İlçenin genel alanının % 22,59’u tarımsal turizm ve %54,59’u da doğa turizmi açısından en uygun alanlar olarak saptanmıştır. Çalışmada ayrıca, Tarımsal turizme uygun alanlar doğrultusunda, ekolojik ve sosyo-ekonomik yapıya uygun ürün desenlerinin oluşturulması, doğa turizmine uygun alanlar doğrultusunda; farklı amaçlara cevap vermek üzere oluşturulan güzergâhların tasarımı, bakımı ve yönetimine ilişkin çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Hurma ve ark. (2010), Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumuna sundukları “Trakya Bölgesindeki Tarımsal Üreticilerin Ek Gelir Olanakları: Tarım Turizmi” isimli bildirisinde Trakya bölgesinde özellikle küçük aile işletmeleri için ek gelir sağlayabilecek tarım turizminin (Agri-Tourism) bölgedeki tarımsal işletme yapısına uyumu ve uygulanabilme olanakları tartışılmıştır. Buna göre Trakya bölgesinde tarım turizminin öncelikle peyzaj değeri yüksek alanlardaki işletmelerden başlatılması gerektiğini, daha sonra da bölge geneline yayılması çalışmalarının yapılması gerektiğini önermişlerdir. Bölgedeki işletmelerde buğday-ayçiçeği üretimin ve hayvansal üretimin yoğun olarak

yapılmakta olduğunu ve işletmelere gelen turistlerin bitkisel ve hayvansal üretimin her aşamasında yer alabileceklerini bildirmişlerdir. Faaliyetlerin bir program içerisine planlı bir şekilde yürütülmesinin kırsal turizm ve tarım turizminin başarısını önemli ölçüde artıracakını bildirmişlerdir. Bölgede yetiştirilen ürünlerin ön plana çıkarılarak bölgeye özgü ürünlerin sayısının ve kalitesinin artırılması için çalışmalar yapılmasını ve işletmelerin özellikle barınma, yatak, tuvalet, banyo ve dinlenme yerleri kalite düzeylerinin oldukça iyi olması gerektiğini bildirmişlerdir. Bu nedenle tarım turizmi konusunda faaliyet gösterecek işletmelere altyapı ve servis konusunda eğitim ve mali destek sağlanmasının önem arzettiğini bildirmişlerdir.

Kılıç ve Kurnaz (2010),İşletme Araştırmaları Dergisinde yayınlanan “Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği” isimli makalesinde, alternatif turizm ve ürün çeşitlendirme kavramını tanımlamış, gelecekte sayısının daha da artacağı, çevreye ve doğaya duyarlı, doğal doku ve değerleri arayan, şehir hayatı içerisinde özlemini çektiği doğal yaşam alanlarını görmek ve yaşamak isteyen tüketici kitlesinin beklediği alternatif turizm türlerinden biri olan eko turizm ve çiftlik turizmi kapsamında Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği örnek olay yöntemi ile incelemiş ve bulguları rapor haline getirmiştir.

Uğurlu (2010), Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumuna sunduğu “Çiftlik Turizminin Sosyoekonomik Kalkınmaya Etkileri: Trakya Bölgesi İçin Oluşturulabilecek Stratejiler” isimli bildirisinde, çiftlik turizmi ile ilgili kamuoyunun bilgilendirilmesi ve alternatif turizmin Türkiye’ye uygunluğu ve Trakya’da TR21 Bölgesinde uygulanabilirliği üzerinde durmuştur. Dünyada ve son on yıldır Türkiye’de gelişme göstermeye başlayan çiftlik turizminin; Türkiye’nin sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal kaynakları sayesinde geleceğin önde gelen alternatif turizmi olacağını bildirmiştir. Çiftlik turizminin, var olan tarım ve hayvancılığı desteklediğini, çiftçilere maddi destek ve motivasyon sağladığını, yöre halkının sosyal ve ekonomik olarak gelişmesine destek verdiğini bildirmiştir. Ülke olarak bu potansiyelin değerlendirilmesi gerektiğini, bunu için öncelikle çiftlik turizmi açısından önem taşıyan bölgelere alt yapı ve üst yapı yatırımlarının yapılması gerektiğini ve çiftlik turizminin gelişmesi için herkese görev düştüğünü tespit etmiştir. Ayrıca devletin teşviklerinin, yerel yönetimlerin çiftçilere desteğinin, tur operatörlerinin pazarlama ve tanıtım ile ilgili çalışmalarının da gerekli olduğunun altını çizmiştir. Trakya Bölgesinin coğrafik yapısı bakımından, tarım ve hayvancılık sektöründe önemli bir konumda olması bakımından, İstanbul gibi büyük bir potansiyel talebin olduğu bir konumda bulunması bakımından ve bölgenin alternatif turizm çeşitlerinin hemen hepsine uygun olması



bakımından çiftlik turizminin gerektirdiği şartlara fazlasıyla sahip olduğunu tespit etmiştir. Bölgenin değerlendirilebilmesi için çiftlik turizmüne uygun bölgelerin seçilmesi, master planlarının hazırlanması, turist kabul edebilecek özelliklere sahip çiftliklerin belirlenerek başta eğitim ve tanıtım olmak üzere gerekli desteğin verilmesi gerektiğini Trakya halkının, işadamlarının, sivil inisiyatifin ve çiftçilerin kalkınmada bir fırsat olan çiftlik turizminin gelişmesine katkıda bulunmaları gerektiğini bildirmiştir. Çiftlik turizmi projesinin; fizibilite çalışmalarını, finansal çalışmalarını, yatırım kararlarını ve pazarlama stratejilerini ekolojik değerler içerisinde ele almadan hayata geçirilmemesi gerektiğini bildirmiş, ayrıca çiftlik turizminin amacının, sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlamak, doğal kaynakların korunarak turizme kazandırmak, çevresel ve kültürel tahribatı önlemek, çiftlik turizmüne yatırım yapacak girişimcileri teşvik etmek ve onlara yol göstermek olduğunu belirtmiştir.

Akpınar ve Bulut (2010), III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresinde sunduğu “Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları” isimli bildirisinde, ekoturizmin tanımı, kapsamı, hedefi, çıkış amaçları ve ülkemizde bölgelere göre ekoturizm çeşitleri ve uygulama alanlarını belirlemiştir. Ayrıca Ekoturizm kapsamında doğal ve kültürel değerlerin korunmasına yönelik son zamanlarda yapılmakta olan çalışmaları irdeleyerek, sürdürülebilir bir yaklaşımla doğal çevrenin koruma, kullanma ve gelecek nesillere aktarılması doğrultusunda öneriler sunmuştur.

Çakır ve ark. (2010), Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumuna sunduğu “Kırsal Turizmde Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanılması: Poyralı Köyü’nde Uygulanabilirliği” isimli bildirisinde Poyralı Köyü’nde kırsal turizmde sürdürülebilirliği sağlamak için, yenilenebilir enerji kaynaklarının uygulanabilirliği üzerine vurgu yapmışlar, kırsal turizm ve Poyralı Köyü hakkında genel bilgiler vermişlerdir. Poyralı Köyü’nde kırsal turizmin yapılabilirliğini ve Poyralı Köyü’nde kırsal turizm için yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanıldığı bir model önerisini sunmuşlardır.

Yang ve ark. (2010), “Agro-tourism Enterprises as a Form of Multi-functional Urban Agriculture for peri-urban Development in China” isimli makalelerinde kentleşmenin artmasıyla ekilebilir alanlardaki azalma, çevresel bozulma ve köylerin sosyal yoksunluklara olan etkisine dikkat çekerek şehirleşmenin negatif etkilerinin azaltılmasında tarım turizmi yatırımlarının öneminden bahsetmişlerdir. Çalışmada 2004-2008 yılları arasındaki büyük ölçekli tarım turizmi yatırımlarının performansları değerlendirilmiştir. Kent ve kırsal alanlar arasındaki talep-arz ilişkisi teşvik eden tarımsal üretim ve turizm hizmetlerinin bir araya getirildiği bir iş modeli sunmuşlardır. Ayrıca tarım turizminin çevresel, sosyal ve ekonomik faydaları da açıklanmıştır.

Phillip ve ark. (2010), “A Typology for Defining Agritourism” isimli makalelerinde tarım turizmi üzerine yapılmış çalışmalar incelenerek gelecekteki çalışmalara ışık tutacak tipoloji oluşturulmaya çalışılmıştır. Bunun için tarım turizminin yapısı ayrıntılı olarak incelenip tanımlanmıştır. Bu çalışma ile konuya ilişkin kavram karmaşasının önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Gopal ve ark. (2008), 15-17 Mayıs 2008 tarihleri arasında yapılan “Conference on Tourism in India – Challenges Ahead,” konferansında sundukları makalede Hindistan’da tarım turizminin gelişmesi için çözülmesi gereken sorunlara değinmişlerdir. Ayrıca tarım turizmi endüstrisinde karşılaşılan güçlükler belirtilmiştir. Başarıya ulaşmak için izlenebilecek stratejiler açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada 100 kişi ile görüşülerek tarım turizmi ve hükümet politikalarıyla ilgili sorular sorulmuştur. Çalışmada tarım turizminin başarıya ulaşması için 3 koşul önermişlerdir. Çalışmaya göre turistler çiftlik hayvanları, kuşlar, köy kültürü geleneksel giyim ve köy festivallerini görmeli ve katılmalı; tarımsal uygulamalar, köy yemekleri pişirme, vb gibi tarımsal aktiviteleri yapmalı ve kırsal el sanatları, elbiseler, işlenmiş gıda gibi köye özgü materyalleri satın almalıdırlar.

Topçu (2007), “Agri-Tourism: As A New Element Of Country Planning” isimli yüksek lisans çalışmasında, çevre sorunları ve doğal kaynakların korunması için yeni turizm çeşitlerine yönelmenin önemi üzerinde durmuş, bu bağlamda, kitle turizmine alternatif olarak kırsal turizmin alt kolu olan tarım turizmi için Lublin ve Toskana Bölgeleri’ndeki uygulamaları incelenmiştir. Ardından elde edilen bilgiler ışığında Türkiye’deki mevcut durumu incelemiştir. Görüşme ve gözlem tekniği kullanarak elde edilen bilgileri SWOT Analiz tekniği kullanarak analiz etmiş ve sonuç olarak sektörün Türkiye’de geliştirilebilmesi için öneriler sunmuştur.

“Life cycle of agrotouristic firms in Sardinia” isimli makalesinde Pulina ve ark. (2006), İtalya’nın Sardunya adasındaki 4 eyalette tarım turizmi yatırımlarının yaşam döngüsünü incelemiştir. Analiz 3 temel alanı kapsamaktadır: İlk olarak bölgedeki tarım turizmi arzını düzenleyen yerel yönetim yaptırımları, ikinci olarak yaşam döngüsü analizinin literatür çalışması ve üçüncü olarak da 1986-2003 yılları arasında yaşam döngüsü analizi ile yaptırım etkilerini birleştiren ekonometrik yaklaşımı. Analiz sonucuna göre bölgesel yaptırımlar adadaki tarım turizmi arzının gelişmesi ve dinamikleri üzerine önemli olarak etki etmektedir.

Kuo ve Chiu (2006), “The assessment of agritourism policy based on SEA combination with HIA” isimli çalışmalarında Tayvan’ın kırsal alanlardaki çeşitli aktivitelerinin önemli elemanlarından biri olan tarım turizmine etki eden tarım turizmi politikaları üzerinde durmuştur. Politikaların etkisini belirlemek amacıyla “Stratejik Çevresel Değerleme –

Strategic Environmental Assessment (SEA)” ve “Sağlık Etki Değerlemesi - Health Impact Assessment (HIA)” yöntemlerini kullanmışlardır. Tayvan’daki güncel tarım turizmi politikalarının kaynak kullanımı, kirlilik üretme ve diğer arazi sorunlarına önemli etkide bulunduğu ortaya konulmuştur. Alternatif olarak sunulan politikaların (agro-ekoturizm politikaları) güncel olarak uygulanan politikalara göre daha sürdürülebilir olduğu sonucuna varılmıştır.

### 3. MATERYAL VE YÖNTEM

#### 3.1. Materyal

Araştırmanın ana materyalini Tekirdağ ili ve ilçelerine bağlı köylerdeki tarımsal üreticilerle yüzyüze yapılan anket çalışmalarından elde edilen orijinal (birincil) veriler oluşturmaktadır.

Bölgede bulunan kamu kuruluşlarından araştırma bölgesindeki tarımsal yapı, arazi varlığı ve üreticilerle ilgili konularda detaylı bilgi temin edilmiştir. Ayrıca konuyla ilgili olarak daha önce yapılmış olan yerli ve yabancı literatürlerden de ikincil veri kaynağı olarak yararlanılmıştır.

#### 3.2. Verilerin Toplanması Aşamasında Kullanılan Yöntem

Araştırmanın hedef kitlesini Tekirdağ iline bağlı köylerdeki üreticiler oluşturmaktadır. Bölgenin tamamının incelenmesi olanaksız olduğundanana kitleyi temsil edecek düzeyde örnek çekilmiştir.

Tarım turizminin, Tekirdağ ilinde potansiyelini ortaya koyabilmek için örnekleme çerçevesi tespit edilmiştir. Bu amaçla sırasıyla 2 yol izlenmiştir. İlk olarak Tekirdağ iline ve ilçelerine bağlı köylerde tarım turizmi potansiyellerine göre ön eleme yapılmıştır. Bu bağlamda ilde tarım turizmi açısından belirlenen özelliklere uygun 48 köy tespit edilmiştir. İkinci aşamada Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) kayıtlarından yararlanılarak bu köylerdeki üreticilere ait bilgiler elde edilmiştir. Elde edilen bu bilgiler ışığında araştırmanın amacına uygun olarak (düşük gelirli üreticilere ek gelir imkanı sağlamak) çok büyük işletmeler örnek dışında bırakılmıştır. Buna göre 48 köyde 3022 üretici belirlenmiştir. Daha sonra üreticilerin arazi varlıklarını da içeren bir liste hazırlanmış, elde edilen sonlu popülasyona ilişkin parametreler aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır.

$$n = \frac{\left(\frac{z_{\alpha/2}\sigma}{D}\right)^2}{1 + \frac{1}{N}\left(\frac{z_{\alpha/2}\sigma}{D}\right)^2}$$

N : 3022 üretici

$\mu$  : 53,506dekar (üretici başına düşen ortalama tarım arazisi)

$\sigma$  : 36,01938426dekar (popülasyonun standart sapması)

D: 5,3505954dekar (örnekleme hatası)

Örnekleme hatası aritmetik ortalamının %10'u olarak kabul edilmiştir. Örnek büyüklüğü %90 güven derecesinde  $117,8 \approx 118$  üretici olarak belirlenmiştir (Cochran 1963, Mc Clave ve Benson 1988).

### 3.3. Verilerin Analizi Aşamasında Kullanılan Yöntemler

#### - Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma verilerinin analizinde frekans dağılımları ve ortalamalar gibi tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır.

#### - Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi

Wickelmaier'e göre (2003) ÇBÖ, deneklerin algısal uzayının boyutlarının anlaşılmasına olanak tanıyan veri analiz yöntemlerinden biridir. ÇBÖ analizinin temel sonucu olarak uzaysal harita oluşmaktadır (Yenidoğan 2008).

Çok boyutlu ölçekleme analizi, çok boyutlu uzayın noktaları arasındaki uzaklıklar olarak nesnelere arasındaki benzerlik ya da farklılıkların ölçüsünü gösterir (Borg ve Groenen 2005). Girdi olarak nesnelere arasındaki yakınlıkları kullanmaktadır. Yakınlık iki nesnenin birbirine ne kadar benzer veya birbirinden ne kadar farklı olduğunu belirten bir sayıdır (Kruskal ve Wish 1978).

Kümeleme analizinde olduğu gibi, çok boyutlu ölçekleme analizinde de, analiz edilecek verilerin ölçüm düzeyine göre uzaklık ölçüleri değişmektedir. Bu durumda, eğer analiz edilecek veriler aralıklı veya orantılı ölçüm düzeyinde ölçülmüş ise, Öklit, Kareleri alınmış Öklit, Minkowski ve Manhattan City-Blok uzaklık ölçüleri kullanılmakta, veriler sınıflayıcı veya sıralayıcı ölçüm düzeyinde ölçülmüş ise Ki-Kare ve Phi-Kare uzaklık ölçüleri kullanılmaktadır. ÇBÖ metotları metrik ve metrik olmayan ölçekleme yöntemleri olarak sınıflanmaktadır. Metrik metot veri oranlı veya eşit aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğunda kullanılmaktadır. Metrik olmayan metot veriler sınıflayıcı veya sıralı ölçek ile elde edilmiş olduğunda kullanılmaktadır (Tüzüntürk 2009, Aytaç ve Bayram 2001).

Öklid uzaklığı ( $i$ 'ci ve  $j$ 'ci noktalar arasındaki) :

$$d_{ij}^2 = \sum_{k=1}^p (x_{ik} - x_{jk})^2$$

olarak tanımlanmaktadır. Burdaki  $p$ , gözlemlerin boyutunu göstermektedir. Çok

boyutlu ölçekleme verilen  $D = (d_{ij})_{ij = 1, \dots, n}$  uzaklık matrisinden öklit koordinatlarını bulmayı amaçlamaktadır (Hardle ve Hlavka 2007).

Çok boyutlu ölçekleme analizinde, çok boyutlu (p-boyutlu) gerçek şekil ile indirgenmiş k-boyutlu uzayda kestirilen şekil arasındaki farklılığın bir ifadesi olan stress değeri hesaplanır. Metrik olmayan ölçekleme için stress değeri aşağıdaki gibidir (Aytaç ve Bayram 2001, Johnson ve Wichern 1992 s.602, Hardle ve Hlavka 2007):

$$Stress = \left( \frac{\sum_{i < j} (d_{ij} - \hat{d}_{ij})^2}{\sum_{i < j} d_{ij}^2} \right)^{1/2}$$

Orjinal uzaklıklar ile gösterim uzaklıkları arasındaki uygunluğu ölçen değere stress değeri adı verilmektedir. Everitt ve Dunn'a göre (1992) fonksiyonda yer alan  $\hat{d}_{ij}$ 'ler  $d_{ij}$ 'lerle monotonik ilişkilidir. Diğer bir ifade ile  $\hat{d}_{ij}$  değerleri özel bir regresyon tipi olan monotonik regresyon kullanılarak elde edilmektedir (Şahin ve ark. 2008)

Stress değeri ÇBÖ sonucunun uygunluğuna karar vermede de kullanılabilir. Küçük stress değerleri iyi uyumu gösterirken yüksek değerler kötü uyumu göstermektedir. Sonucun uygunluğunu yansıtan stress değerlerinin yorumlanması için Kruskal (1964) tarafından hazırlanan çizelge aşağıdadır (Wickelmaier 2003).

**Çizelge 3.1.** Stress değerleri ve uyumluluk

| Stress Değeri | Uyum     |
|---------------|----------|
| >.20          | Zayıf    |
| .10           | Orta     |
| .05           | İyi      |
| .025          | Çok iyi  |
| .00           | Mükemmel |

Çok boyutlu ölçekleme çözüm tekniği aşağıdaki adımlarda özetlenebilir:

1-N gözlem için, farklı gözlem çiftleri arasında benzerlikleri bulmak ve bunları artan şekilde sıralamak.

2-Gözlem çiftleri arasındaki uzaklıkları, azalan şekilde sıralamak ve stress değerini minimum kılmak.

3-Her k boyut için minimum stress değerli görünüme, k boyuta uyan en iyi görünüm adı verilir. Gerçek boyutu belirlemek amacıyla k boyut değerleri hesaplanır ve bu süreç en iyi sunum (minimum stress) bulununcaya kadar devam ettirilir (Aytaç ve Bayram 2001,

Johnson&Wichern s.604; Tatlıdil s.362).

Joseph ve ark. (1998)'a göre uzaysal harita oluşturulduktan sonra, boyutlar adlandırılmalı ve görünüm yorumlanmalıdır. Araştırmacı elde ettiği algılama haritası ışığında iki farklı yöntem kullanarak oluşan boyutları adlandırır (Ustaahmetoğlu 2005)

a. **Subjektif Yöntem:** Bu yöntemde araştırmacı kendi yorumlarından veya cevaplayıcıların yorumlarından yararlanır.

b. **Objektif Yöntem:** Sübjektif yöntemi tamamlayıcı ve daha biçimlendirilmiş bir metod olarak objektif yöntem geliştirilmiştir. En geniş kullanılan yöntem PROFİT (PROperty FİTting) her nesnenin özelliklerinin oranını toplar böylece her özelliğin en güvenilir algısal haritası elde edilir.

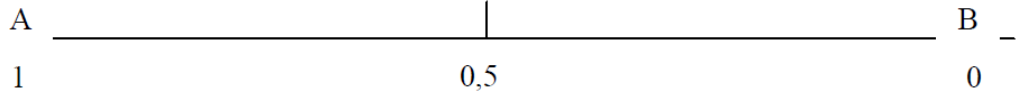
### **- Bulanık Eşli Karşılaştırma**

Üreticilerin tarım turizmi yapmama nedenleri karar analizi yöntemlerinden biri olan bulanık eşli karşılaştırma (Fuzzy Pairwise Comparison) yöntemiyle analiz edilmiştir.

Karar analizi çok farklı yöntemlere göre yapılabilmektedir. Bu yöntemleri basit eşli karşılaştırma, sayısal büyüklük tahmin yöntemi, analitik hiyerarşi süreci ve bulanık eşli karşılaştırma olarak sıralamak mümkündür.

Bulanık eşli karşılaştırma yönteminde üreticinin tarım turizmi yapmama nedenlerinden birinin diğerine göre tercih derecesi ortaya konulmakta ve üreticilerin iki neden arasında kayıtsız kalmaları sağlanmaktadır. Ayrıca, her bir nedenin sayısal değeri karşılaştırılan amaçlar kümesine dayalıdır (Günden ve Miran 2007).

Bu yöntemde her amacın sayısal değeri karşılaştırılan amaçlar kümesine dayalıdır (Özüdoğru ve Tatlıdil 2012). Kısmi üyelik, bulanık küme teorisinin merkezi bir kavramıdır. Klasik üyelik teorisinde bir küme, evrensel kümenin her bir elemanı söz konusu kümenin elemanı olması (yani 1) veya olmaması (yani 0) durumu ortaya konulduğunda iyi tanımlanmış olarak kabul edilmektedir. Kısmi üyelikte ise, bulanık küme  $[0,1]$  kapalı aralığında yer almaktadır. Bu yüzden kümenin bir elemanına 0 ve 1 arasında bir değer verilmektedir. Bulanık küme teorisi belirsiz tercihlere dayanmaktadır. Bulanık kümeler, keskin olmayan sınırlara sahip bir sınıflandırmadır. Bulanık kümeler kavramında 0 ile 1 arasında değişen üyelik derecelerinden de söz etmek mümkündür. Üyelik derecesi klasik kümelerde, kümeye ait olup olmama durumunu gösterirken, bulanık kümelerde ise 0 ile 1 arasındaki değişimin her bir eleman için değerini ifade etmektedir. Yöntemde birinci aşama, veri toplama aşamasında Şekil 3.1'deki diyagram kullanılmaktadır (Günden ve Miran 2007).



**Şekil 3.1.** A ve B Arasında Karşılaştırma Yapmak Amacıyla Kullanılan Bulanık Eşleme Yaklaşımı

A ve B amaçları, çizginin zıt taraftaki uçlarına yerleştirilmektedir. Çiftçilerden tercihini belirtmek üzere çizginin üzerine X işareti koyması istenmektedir. Amaçlar karşılaştırılırken; hangi amaç x işaretine daha yakın mesafede ise, onun diğerine tercih edildiği söylenebilir. B'ye göre A'nın tercih derecesi ( $R_{AB}$ ), x işaretinden A'ya olan uzaklıkla ölçülür. A'dan B'ye toplam uzaklık 1'dir.

Eğer  $R_{AB} < 0,5$  ise  $B > A$

Eğer  $R_{AB} = 0,5$  ise  $A \approx B$

Eğer  $R_{AB} > 0,5$  ise  $A > B$

Kesin tercihler olması durumunda  $R_{AB} = 1$  veya  $R_{AB} = 0$  Amaçlara ait eşli karşılaştırmaların sayısı, K, aşağıdaki gibi belirlenmektedir.

$$K = n * (n - 1) / 2$$

Burada n, amaçların sayısını ifade etmektedir. Her bir eşli karşılaştırma için,  $R_{ij}$  ( $i \neq j$ ) elde edilir. i ye göre j'nin tercih derecesinin ölçümü de:  $R_{ji} = 1 - R_{ij}$  şeklinde olacaktır. İkinci aşama, bulanık tercih matrisinin oluşturulmasıdır.

Veriler toplanıp, yukarıda anlatılanlar doğrultusunda işlendikten sonra çiftçilerin bulanık tercih matrisi oluşturulabilir. Bunun için aşağıdaki ifadeden yararlanır:

$$R_{ij} = \begin{cases} 0 & \text{eger } i = j \forall i, j = 1, \dots, n \\ r_{ij} & \text{eger } i \neq j \forall i, j = 1, \dots, n \end{cases}$$

Yöntem  $i \times j$  boyutlu bulanık tercihmatrisi (R) ile açıklanabilir.



$$R = \begin{bmatrix} 0 & r_{12} & r_{13} & \cdot & \cdot & \cdot & r_{1j} \\ r_{21} & 0 & r_{23} & \cdot & \cdot & \cdot & r_{2j} \\ r_{31} & r_{32} & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & 0 & r_{i-1,j} \\ r_{j1} & r_{j2} & \cdot & \cdot & \cdot & r_{j-1} & 0 \end{bmatrix}$$

Yöntemin üçüncü aşaması, bulanık ağırlıkların ölçülmesidir. Çiftçinin tercih matrisinden her amaca ait tercihin ölçüsünü (I) hesaplamak mümkündür. Aşağıdaki formül her amacın ayrı ayrı tercih yoğunluğunu ölçmede kullanılmaktadır.

$$I_j = 1 - \left( \sum_{i=1}^n R_{ij}^2 / (n-1) \right)^{1/2}$$

Son aşama ise amaçların sıralanmasıdır. I<sub>j</sub> değerleri 0 ile 1 arasında değişmektedir. Değer 1'e ne kadar yakınsa, söz konusu amacın tercih yoğunluğu o kadar büyük olmaktadır. I<sub>j</sub>'ler elde edildikten sonra amaçlar en önemliden en az önemliye doğru sıralanır.

Bulanık eşli karşılaştırma yönteminde her bir amacın ağırlığı 0 ve 1 arasında yer almaktadır. Bu gibi durumlarda parametrik olmayan testlerin, amaç sıralamada çiftçilerin tercihleri arasındaki uyuşmanın kontrolü açısından yerinde olacağı belirtilmektedir. Bunun için ise, Friedman ve Kendall's W testi kullanılmaktadır (Günden ve Miran 2007).

Friedman Testi kullanılarak, bir bloktaki amaçların eşit önemli olup olmadıkları belirlenmektedir. Burada her blok, bir üreticinin tercihlerine göre nedenlerin sıralamasıdır.

Bu çalışmada Tekirdağ ilindeki tarımsal üreticilerin tarım turizmi yapmamalarına ilişkin 5 neden belirlenmiştir. Friedmann testinin hipotezleri:

H<sub>0</sub>: Üreticilerin tarım turizmi yapmama nedenleri arasında fark yoktur

H<sub>1</sub>: Üreticiler tarım turizmi yapmama nedenlerinden en az birini diğerlerine tercih etmektedirler.

Kendall's W istatistiği, genellikle Kendall's uyum katsayısı yerine kullanılmaktadır. Friedman testinin uygulandığı durumlarda kullanılabilir. Kendall's W testinin temel amacı, blok içerisinde sıralamadaki uyumu ölçmektir. Bu test, Friedman testinin basit bir değişikliğe uğramış halidir. Kendall's W testinin aldığı 0.1, 0.3, 0.5, 0.7, 0.9 değerlerine bakılarak uyumun sırasıyla, çok zayıf, zayıf, orta düzeyde, güçlü ve kesinlikle güçlü olduğunu söylemek mümkündür.

Çalışmada üreticilere tarım turizmi yapmama nedeni olarak:

- Kapalı aile yapısı
- Üreticilerin risk almaması
- Bilgi eksikliği
- Tanıtım eksikliği
- Altyapı eksikliği, sorulmuştur.

## 4. TURİZM ve TURİZMİN SINIFLANDIRILMASI

### 4.1. Turizm

Turizm, İngilizce’deki ‘touring’ ve ‘tour’ deyimlerinden türemiş, kökenini Latince’de dönme hareketini ifade eden "tornus" sözcüğü oluşturmaktadır. "Tour" bir hareketi, bazı yörelerin ziyaretini, dolaşmayı, dairesel bir hareketi, iş, gezme, eğlence amacıyla yapılan yer değiştirme hareketini ve başlangıç yerine geri dönüş şartıyla yapılan kısa veya uzun süreli seyahatleri ifade etmektedir. "Touring" deyimini ise, zevk ve eğlenme amaçlı yapılan, eğitsel ve kültürel seyahatler için kullanılmaktadır (Akat 1997). Türkçede ise "seyyah" kelimesi "turist", "seyahat" kelimesi ise "turizm" deyimlerinin karşılığıdır. Her ne kadar "turist", "turizm", "turistik" kavramları ilk kez İngilizler tarafından kullanılmışsa dilimize bu deyimler, Fransızca’dan yerleşmiştir (Özdemir 1992).

Dünyada turist ve turizm endüstrisinin nelerden oluştuğu hala tartışılmakta ve bu nedenle turizmin herkes tarafından kabul edilen bir tanımı netleşmemiştir (Eser2009). Bazı araştırmacılar turizmi bir endüstri olarak görürken, bazıları da endüstriden çok sistem olarak görmektedirler. Ayrıca, farklı disiplinlerde çalışan araştırmacılar, turizmi kendi disiplinlerine özgü niteliklerini dikkate alarak tanımlamaya çalışmaktadırlar. Turizm kavramının birçok disiplin ve sektörle ilişkisi bulunmaktadır. Örneğin, ekonomistler turizmi, bir “endüstri” olarak görürken, pazarlamacılar “pazar” olarak görmekte, çevre bilimciler turizmin çevresel etkileri üzerinde durmakta, toplumbilimciler ise turizmin insan davranışları yönünü ana unsur olarak ele almaktadırlar (Kozak 2012). Bundan dolayı turizmle ilgili birçok tanım ve değerlendirme yapılmıştır (Ongun 2004).

Turizmin ilk tanımı, 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından ortaya atılmıştır. Bu tanıma göre turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olaydır (Çoruh 1979). 1910 yılında Avusturyalı ekonomist Herman Von Schullar, turizmi “başka bir ülkeden şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmaları ile ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü” olarak tanımlamıştır (Ongun 2004). Ancak bugüne kadar en çok sözü edilen ve OECD tarafından da benimsenen tanım Walter Hunziker’in 1941 yılında yaptığı tanımdır. Bu tanıma göre “turizm, para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla, yabancıların bir yerde konaklamalarından ve bir yere

seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin tümüdür” (Ürger 1992).

Mc Intosh ve Goeldner (1980)’e göre “turizm; insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü şeklinde” tanımlanmıştır (Kozak 2012). 1991 yılında WTO’nun Kanada’da yapılan Konferansında, “Turizm İstatistik Komisyonu” tarafından ortaya konulan ilkeler 1993 yılında Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu kararlarının temelini oluşturmuştur. Turizm; “parakazanma amacı olmaksızın kişilerin bir yılı aşmamak koşuluyla belli bir dönem için boş zamanlarını değerlendirmek, eğlenmek, dinlenmek, kültürel ya da sağlık gibi nedenlerden dolayı yaşadıkları yerlerin dışına seyahatleri” olarak tanımlanmıştır (Bayezit 2003).

Günümüzde insanlar günlük hayatlarının yorgunluğunu ve stresini atmak veya öğrenme güdülerin tatmin etmek veya eğlenmek ve yeni-yeni yerler görmek için kısa süreli de olsa başka yerlere gidip ve tekrar geriye dönmek ihtiyacı duymaktadırlar (Ongun 2004). Turizm kelimesinin anlamını tanımlamaya çalışırken dikkat edilecek ilk unsur; hareket ve geri dönüş olayıdır (Sezgin 1995). Buradan da anlaşılacağı gibi turizmin özü kişi tarafından yapılan yer değiştirme hareketinin sürekli ikamete dönüşmemesi ve gelir sağlama amacının ön plana çıkarılmamasıdır (Kozak 2012).

Turizm endüstrisi bütünüyle doğal kaynaklar temeli üstüne oturur. Bu temelin, turistler için yararlı, çekici, her yerde rastlanmayan doğal güzelliklere sahip ve tatilcilerin duygularını harekete geçiren albenisi olan özellikler taşıması gerekir (Kotil 1992). Turizm endüstrisi, tarım ve sanayi gibi diğer endüstrilerden girdi alan bankacılık ve ticaret gibi sektörlere de girdi veren bir endüstri olarak görünmektedir. Turizm endüstrisinin hizmet bağımlılığı ilişkisi de vardır (Olalı veKorzay 1993).

## **4.2.Turizmin Sınıflandırılması**

Turizmin çok çeşitli sınıflandırılmaları bulunmaktadır. En yaygın olarak kullanılan şekli; turistin geldiği yer, turist sayısı, katılanların amacı, seçilen zaman, katılanların yaşı, katılanların sosyo-ekonomik niteliği ve konaklama süresi kriterlerine göre yapılan sınıflandırmadır (Engin 2005).

### **4.2.1. Turistin Geldiği Yere Göre Turizm**

Turizm, iç turizm ve dış turizm olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kişilerin kendi ülke

sınırları içinde turizm faaliyetine katılmalarına iç turizm denilmekte ve insanlar sürekli yaşadıkları yerlerden ülkeleri içindeki başka bölgelere veya şehirlere seyahat etmektedirler. İç turizmde pasaport, vize, yabancı dil bilgisi ve döviz işlemlerine gereksinim bulunmamaktadır (Olalı 1994, Kozak 2012). İç turizm sayesinde gelir düzeyi düşük olan kesimlere kaynak aktarılması ve bölgeler arası dengeli bir kalkınma politikasının uygulanması mümkün olmaktadır (Kotil 1992).

Dış turizm ise; bir ülkeden diğer ülkeye giden veya diğer ülkeden gelen ve turistlerin gerçekleştirdiği bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır. İç turizmden farklı olarak pasaport, döviz, vize gibi işlemleri yaptırmak gerektirmektedir. Dış turizm, ülke ekonomisine döviz girişi veya döviz çıkışı sağlamaktadır. Dış turizmin, farklı kültürlerin öğrenilmesi, ülkeler arasında barış ortamının oluşması ve diğer kültürlerle karşı saygı bilincinin oluşması gibi olumlu toplumsal etkileri de bulunmaktadır (Kozak ve ark.2000).

#### **4.2.2. Turist Sayısı Açısından Turizm**

Turist sayısı açısından turizm bireysel, kitle ve grup turizmi olmak üzere üçe ayrılır.

Bireysel turizm, insanların yurt içinde veya yurt dışında kendi karar ve düşüncesi ile yaptıkları turizmdir. Toplumsal açıdan değerlendirildiğinde, bireysel turizme katılanların genellikle üst gelir grubunda yer alan gençler ve çoğu kez öğrenciler ya da okulu yeni bitirmiş kimseler olduğu görülmektedir (Kozak ve ark. 2000).

İnsanların turizme büyük kitleler halinde katıldıkları turizm etkinliği kitle turizmi olarak tanımlanmaktadır (Göksan 1978). İnsanların, ucuz paket turları tercih etmeleriyle kitle turizmi başlamıştır. Kitle turizmi 1950'den sonra sürekliliğe kavuşmuştur (Ongun 2004). Günümüzde ulaşım, hız, konfor ve teknoloji alanındaki ilerlemeler, turizmi orta ve dar gelirli sınıfların da katılabileceği bir faaliyet haline getirmiştir (Bayezit 2003). Bu nedenle kitle turizmi, turizmin geliştirilmesinde üzerinde en fazla durulan turizm çeşididir (Kozak 2012).

Grup turizmi ise, katılan kişi sayısı 11 ile 16 arasında olan dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek organları gibi çeşitli toplumsal grupların birlikte katıldıkları turizme denmektedir. Katılan kişi sayısının 11 ile 16 arasında olması ve grupların devamlılık arz etmemesi grup turizmini, kitle turizminden ayırmaktadır (Kozak 2012, Şahiner 2012).

#### **4.2.3. Katılanların Amacına Göre Turizm**

İnsanlar seyahatlerinde çok çeşitli amaçlara göre turizm faaliyetlerinde bulunmaktadır.

### **- Deniz Turizmi**

Deniz turizmi talebin en fazla olduğu turizm türüdür, içerisinde kıyı turizmi, talasoterapi denilen deniz kürleri, yat turizmi ve kruvaziyer turizmi de yer almaktadır. Burada insanlar deniz-kum-güneş üçlüsüdenilen deniz ya da kıyı turizminden yararlanmaktadırlar (Kozak ve ark. 2008). Son yıllarda yat turizmi de hızlı bir gelişme göstermiştir. Yat turizmi ile doğanın eşsiz güzelliklerini görebilmenin yanı sıra tatil-spor ikilisi de birlikte yapılabilmektedir (Ongun 2004).

### **- Sağlık Turizmi ve Termal ( Kaplıca) Turizmi**

Sağlık turizmi, turizmin en eski şekillerinden birisidir. Başlıca sağlık turizmi çeşitleri kaplıca turizmi, zayıflama turizmi, kür turizmi, tedavi turizmi, içmeler turizmi ve yayla turizmi olarak sayılabilir Kaplıca tedavilerinde, boş zaman değerlendirilmesi, bu turizmde büyük kazanç imkanları sunmaktadır (Bayezit 2003). Kaplıca turizmi uzun bir konaklama süresini gerektirmektedir (Akat 1997).

### **- Dinlenme Turizmi**

Dinlenme turizmi, çalışan kişilerin belli bir dönemde dinlenme amacıyla devamlı ikamet ettikleri yerin dışına seyahat etmeleridir. İnsan yoğun çalışma temposu ve çevrenin olumsuz etkileri ile zarar gören bedeni ve ruhi sağlığının tekrar elde etmesi gerekir. Bunun için çalışanlar, doğal veya temiz bir ortamda, asgari standartta konaklama tesislerinde dinlenme turizmi yapmaktadırlar (Bayezit 2003).

### **- Mağara Turizmi**

Doğal olarak oluşmuş ve insan eli değmemiş mağaraları görmek ve gezmek için yapılan bir turizm çeşididir. Mevcut ve yeni bulunan mağaraların turizme açılması ile bu turizm çeşidinin gelecekte daha önemli hale geleceği söylenebilir (Eser 2009).

### **- Dağ Turizmi**

Dağların temiz havasından ve güzel manzarasından yararlanmak üzere insanların dağlara yönelik olarak gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Dağ turizmi genellikle yürüyüş ve tırmanma şeklinde gerçekleştirilmektedir. Dağ turizmi insan ile doğayı yakınlaştıran turizm türlerinin yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Kozak ve ark. 2008).

### **- Tarım Turizmi**

“Tarım turizmi ya da kırsal turizm, tarımsal faaliyetleri engellemeden, kırsal yörelerin dinlendirici etkisinden yararlanarak, gelir düzeyi diğer sektörlere göre düşük olan tarım kesimindeki üreticilere ek gelir olanakları sağlayan bir turizm çeşididir” (Tesbi 2000). Turistlere çiftliklerde konaklama, tarım işlerinde çalışma, taze gıda maddelerinin tüketimi gibi imkanlar sunulmaktadır.

Tarım turizmi bölüm 5.2’de ayrıntılı olarak incelenmiştir.

### **- Av Turizmi**

Av turizmi, avcılarının, belirli kriterler çerçevesinde avlanma amaçlarını gerçekleştirmek için yaptıkları etkinliklere denir. (Anonim 2014). İnsanların doğadan yararlandığı ve aynı zamanda içgüdüsel tatmin ettiği bir faaliyet olan av turizmi, önemli ölçüde gelir getiren turizm türlerindedir (İlkin ve Dinçer 1991).

### **- Golf Turizmi**

Golf turizmi, toplumun gelir düzeyi yüksek kesiminin tercih ettiği bir turizm türüdür. Turizmin çeşitlendirilmesi, istihdam olanağı yaratması, gelir getirmesi ve yeşil alanlar yaratması gibi avantajları bulunmaktadır. Golf turizmini daha çok orta-ileri yaşlardaki insanlar tercih etmektedir (Kozak 2012).

### **- Karavan Turizmi**

Karavan turizmi, karavanlarla seyahat edilmesi, istenilen yerde konaklamanın sağlanabilmesi ve konaklama masraflarının düşük olması yönüyle çekici bir turizm türüdür. Karavan turizmi Amerika, Avustralya, Yeni Zelanda ve Avrupa ülkelerinde yaygınlaşan bir tatil biçimidir. Karavan turizmini daha çok Alman ve İtalyan turistler tercih etmektedirler (Engin 2005).

### **- Toplantı(Kongre) Turizmi**

Kişilerin uzun süreli olmayan ve belirli bir program dahilinde mesleki, akademik ve bilgi alışverişi amacıyla yaptıkları seyahatler toplantı turizmi olarak tanımlanmaktadır (Çakıcı 2004). Her kongre bir turistik hareket nedenidir. Her yıl giderek artan kongre organizasyonları sayesinde toplantı turizmi, son yıllarda gelişmekte olan önemli turizm çeşitleri arasında bulunmaktadır (Kozak 2012).

### **- İnanç Turizmi**

İnsanların ikametleri dışında, dini inançlarını gerçekleştirmek amacıyla inanç çekim merkezlerine yaptıkları gezilere inanç turizmi denir (Anonim 2014).

### **- Kültür Turizmi**

İnsanların eski sanat eserleri ve tarihi yapıları görmek, yaşadıkları yer dışındaki kültürleri tanımak, yeni bilgiler edinmek amacı ile yaptıkları seyahatlere kültür turizmi denmektedir. Dünya Turizm Örgütüne göre, eğitim, sanat, kültür ve festival turları ile arkeolojik sit alanlarının, harabelerin ve doğal güzelliklerin ziyaretleri kültür turizmi etkinlikleri kapsamında ele alınacak varlıklardır (Çelik 1987).

### **- Botanik Turizmi**

Doğal hayatın içinde veya insan eliyle oluşturulmuş olan botanik bahçelerinde bitkilerin incelenmesine yönelik olarak yapılan bir turizm çeşididir (Eser 2009).

### **- Yayla Turizmi**

İnsanların sıcak havalardan uzaklaşmak amacıyla yüksek rakımlı yerlerde vakit geçirmesi ile yapılan turizm çeşididir (Eser 2009).

### **- Kuş Gözlemciliği(Ornitoloji)**

Özellikle kuşların göç zamanlarında kuşları gözlemlemek için daha çok kuş bilimcilerin katıldığı bir turizm çeşididir (Eser 2009).

### **- Akarsu-Rafting Turizmi**

Rafting, uygun kano ve botlarla vahşi nehirlerin akış yönüne doğru yapılan spor türüdür. Türkiye’de, rafting turizmüne potansiyel teşkil edebilecek birçok nehir bulunmaktadır (Ongun 2004). Rafting, trekking, yüzme, (balık avlama) gibi etkinliklerin, nehir, dere, ırmak gibi akarsularda yapılması akarsu turizmi kapsamında yer almaktadır (Kozak 2012).

### **- Spor Turizmi**

Sporlara ilgi duyan insanların, diğer ülkelerde düzenlenen spor organizasyonlarına katılmak amacıyla yaptıkları seyahatlerdir (Ongun 2004). Spor turizmi içerisinde yer alan etkinlikler, aktif spor turizmi (müsabakalar), dağcılık turizmi, kış turizmi (kayak turizmi), kampçılık turizmidir (Bayezit 2003).



#### **4.2.4. Seçilen Zaman Açısından Turizm**

Turizm etkinliklerinin mevsim özelliklerine uygun biçimde yapılması yaz ve kış Turizmi olarak ifade edilir. Turizm hareketlerinin yoğun olduğu zaman diliminde yapılan turizm etkinliklerine sezon içi turizm ve turizm hareketlerinin azaldığı zamanda yapılan turizm etkinliklerine de sezon dışı turizm denir (Karakaş veTopdal 2007).

#### **4.2.5. Katılanların Yaşına Göre Turizm**

Turizme katılan insanların yaşlarına göre yapılan sınıflandırmaya göre turizm, gençlik turizmi, orta yaş turizmi ve üçüncü yaş turizmi olarak üçe ayrılmaktadır (Engin 2005).

15-24 yaş grubundaki gençlerin ebeveynleri olmadan turizme katılmalarına gençlik turizmi, 25-60 yaş grubundaki insanların katıldıkları turizm hareketlerine yetişkin turizmi denilmektedir (Kozak 2012). 65 yaş üzerindeki bireylerin turizm faaliyetlerine katılmalarına ise üçüncü yaş turizmi denmektedir. Bu guruptaki bireyler genellikle kültürel, dinlendirici ve sağlıkla ilgili turizm faaliyetlerini tercih etmektedirler (Karakaş veTopdal 2007).

#### **4.2.6. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm**

Turizm, insanların sahip oldukları toplumsal statüleri veekonomik durumlarına göre sınıflandırıldığında sosyal turizm ve lüks turizm olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Kozak 2012).

Ekonomik durumları zayıf olan grupların bazı kampanya, organizasyon veya birtakım kolaylaştırıcılar yoluyla turizm hareketine katılmalarına sosyal turizm denmektedir (Bıçkı ve ark. 2013).

Ekonomik gücü ve geliri yüksek olan ve toplum içerisinde büyük saygınlık taşıyan grupların katıldıkları turizm hareketine ise lüks turizm denir (Kozak 2012).

#### **4.2.7. Konaklama Süresine Göre Turizm Şekilleri**

Konaklama süresine göre sınıflandırıldığında turizm, kısa ve uzun süreli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Günlük turlar, hafta sonu turları, sportif aktiviteler, fuarlar ve festivaller, dini ziyaretler, kongre ve toplantılar gibi bir veya birkaç günlük konaklama ile ortaya çıkan seyahatler kısa süreli turizm kapsamına girerken, sürekli yerleşme dışında, daha uzun süreli konaklamayı gerektiren tatil turizmi, yayla turizmi, sağlık turizmi, kültürel gezi turizmi ve seyahat acentelerinin düzenledikleri seyahatler uzun süreli turizm kapsamında olmaktadır (Bayezit 2003).

## 5. KIRSAL KALKINMA VE TARIM TURİZMİ

### 5.1. Kırsal Kalkınma

19 ve 20. yüzyıllarda sanayileşme çok hızlı bir şekilde ilerlemiş ve bunu sanayi sektöründe çalışacak işgücü ihtiyacının giderek büyümesi izlemiştir. Şehirler kültürel, sosyal ve ekonomik açıdan gelişme göstermesine karşın kırsal alanlar gelişme gösterememiş hatta aktif nüfusun büyük bir bölümünün göç etmesi nedeni ile geri kalmıştır. Bu geri kalmışlığı gidermek ve sosyal adaleti sağlamak için kırsal kalkınma fikri ortaya atılmış ve bu konuda çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Albeni 2011).

Kırsal kalkınma; kırsal alanda yaşayan nüfusun yaşam koşullarını iyileştirmek için sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik politikalar geliştirmek ve kırsal alanda yaşayan nüfusu yerinde tutup kalkındırılmasına yönelik politikalar izlemektir (Çeken ark. 2007). Kırsal Kalkınma Politikaları Özel İhtisas Alt Komisyonu Raporunda kırsal kalkınma “kırsal yerleşimlerde yaşayanların, insanca yaşam koşullarına erişim olanaklarının artması, kalkınma temelinde değişim taleplerinin desteklenmesi, bireylerin kendi öz güçlerini keşfetmesi ve ona dayanması, gelir dağılımında adaletin sağlanması, gelirlerinin artması, eğitim ve sağlık hizmetlerine ulaşım oranının yükselmesi, doğal kaynakların korunarak kullanılması ve zenginliklerin kırsaldaki bireyin hayatına yansması süreci” olarak tanımlanmıştır (TCKB 2006).

Kırsal alanda yaşayan halk genellikle tarım, hayvancılık, balıkçılık gibi katma değeri düşük ekonomik faaliyetlerle geçimini sağlamaya çalışmaktadır. Genellikle kırsal kalkınma ile tarım politikaları birbirinin yerine kullanılan terimlerdir. Kırsal kalkınma politikaları ekonomik faaliyetlerin yanı sıra sosyo-kültürel faaliyetleri de içeren kapsamlı bir kavramdır. Kırsal nüfusu yerinde kalkındırmak, kentsel yaşam ve kırsal yaşam arasındaki sosyal, kültürel ve ekonomik farklılıkları bir dengeye ulaştırmak için politikalar oluşturmak kırsal kalkınmasının konusudur (Gülçubuk 2002).

Kalkınmakta olan ülkelerin çoğunluğunun ekonomik yapıları tarım ağırlıklıdır, en fazla istihdam sağlayan alan tarım sektörüdür ve bu sebeple tarım çalışanları genel olarak niteliksiz işçilerden oluşmaktadır. Bu durum küçük tarım işletmeleri ve aile işletmelerinde çalışanlarının belirli seviyede yaşam standardı sağlayacak gelirden yoksun olmalarına neden olmaktadır (Çondur ve Cömertler 2010). Kırsal alanlarda yoksulluğun üstesinden gelinebilmesi için, kırsal kalkınma politikaları özellikle kalkınmakta olan ülkelere çok önemlidir (Yılık 2011).

Dünya geneli düşünüldüğünde tarım kesiminin küçük aile işletmelerinden oluştuğu ve

bu işletmelerinde yaşayanların da eğitim ve gelir seviyelerinin düşük olduğu görülmektedir (İnan 2006).

Bu nedenle kırsal kalkınma konusunda uzman kişiler, kırsal alanlarda yaşayanların (özellikle dağlık ve ormanlık bölgelerin) tarım ve ormancılık faaliyetleri dışındaki uygulamalarla desteklenmesi gerektiği konusunda hem fikirdirler. Bunların başında da kırsal sanayi ve kırsal turizm gibi, kırsal alanlarda göç sorununu çözecek, fazla işgücünü değerlendirecek ve ek gelir sağlayacak alternatif faaliyetler gelmektedir (Esengün ark. 2000).

Kırsal kesimlerin kalkındırılması amacıyla kullanılacak kırsal turizm dünyanın genelinde kabul görmüş bir uygulamadır. Kırsal turizmden elde edilen önemli başarılar, kırsal yörelerin gelişiminde tarıma ek olarak kırsal turizmin alternatif bir yaklaşım olarak görülmesini sağlamaktadır. Kırsal turizm kırsal bölgelerde tarım dışı çeşitlendirmenin başarı sembolüdür (Soykan, 2006). Ayrıca kırsal alanlardaki doğal ve kültürel varlıkların zenginliği ve çeşitliliği turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından da düşünüldüğünde kırsal turizm önemli bir potansiyel arz etmektedir (Çeken ve ark. 2007).

Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde küçük aile işletmelerine, kırsal alanın kendi imkanlarıyla (fiziksel, insan ve kültürel) ek gelir sağlanması önemli bir konudur. (Kovacs 1999).Avrupa kırsal bölgeleri, büyük kentlere göç nedeniyle boşalma, tarımın terkedilmesi, yerel ekonominin gerilemesi, kadın istihdamının zayıf kalması, kırsal kültürel kimliğin unutulması, doğal çevrenin bakımsızlaşması gibi sorunlarla karşı karşıya olup, kırsal kalkınma için çeşitli programlar ve projeler üretilmektedir. Kırsal turizm ise günümüzde giderek artan müşteri potansiyeli ve önemli sosyo-ekonomik etkileri nedeniyle bu bölgeler için adeta bir kalkınma aracı olmuştur (Soykan2001).

Kırsal turizm; kırsal kültür, doğal çevre ve tarımla bütünleşen, ayrıca diğer turizm türleriyle de son derece kolay uyum sağlayabilen bir turizm türüdür (Soykan 2002). Kırsal turizm, ekoturizm, kırsal alanlara yapılan kültürel ve kutsal seyahatler, tarım turizmi gibi birçok turizm türünü de içinde barındırmaktadır. Ekoturizm denildiğinde; geçmişten günümüze kadar uzanan kültürel değerlerin bulunduğu alanlar ile nispeten bozulmamış ve kirletilmemiş doğal alanlara, araştırma, değerini anlama ve onun manzarasından, yaban bitkileri ve hayvanlarından zevk alma gibi spesifik amaçlarla yapılan seyahatler akla gelmektedir (Burton 1998).

Bir diğer kırsal turizm türü de kırsal alanlara yapılan kültürel ve kutsal seyahatlerdir. Burada yapılan seyahat, kırsal alanlardaki tapınaklar, savaş kalıntıları, anıtlar, gibi unsurlardan oluşmaktadır (Gopal ve ark. 2008). Kırsal turizm, birçok faktörün katkısıyla son 20 yıldır hızlı bir gelişme göstermiştir. Özetlemek gerekirse, insanlar kısa ve uzun

seyahatlerle, araçlarıyla daha fazla yolculuk ederek, tatilleriyle iş gezilerini birleştirerek, yeni tecrübeler aramak, var olan deneyimlerini artırmak, ailece yolculuklar yaparak şehir yaşantısından uzaklaşmaya çalışmaktadırlar (Maetzold 2002).

Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya etkisi daha çok yöredeki tarihi, doğal, kültürel ve tarımsal kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasıyla orantılıdır (Çeken ve ark. 2007). Kırsal turizmde mevcut yöresel olanakların değerlendirilmesiyle sağlanan gelir, doğrudan kırsal kesim insanının kazancı olmaktadır. Özellikle bölgede üretilen tarımsal ürünler yine işlendikleri yerde satılmakta, köy evleri pansiyon olarak hizmet vermektedir. Köylere, çiftliklere gününbirlik ziyaretlerle gelenler, sebze, meyve, reçel, peynir, zeytinyağı, şarap ve şarküteri ürünlerini satın aldıkları gibi, restoranlarda aynı ürünlerin menüsünü de tatmaktadırlar. Konaklamalı gelenler ise, otantik evlerde gecelemede, kalış süreleri içinde bir dizi etkinliklere katılmaktadırlar. Söz konusu etkinlikler içinde tarımsal üretimle doğrudan ilgili olanların yoğunluğu fazla ise kırsal turizmin bu türüne tarımsal turizm (agriturizm) ya da çiftlik turizmi denilebilmektedir. Tarımsal turizm, tarım ve turizmin birleştirilmesi anlamını taşımakta, her ikisinin de birbirine katkısı bulunmaktadır (Soykan 2001). Kiper ve ark. göre gelen turistler; önemli tarımsal faaliyetlere katılmak ve bu bölgelerde bulunan yöresel ürünlerden yararlanmak suretiyle hem üreticilere katkı sağlayacak, hem de doğa ile bütünleşeceklerdir (Kiper ve ark. 2011).

## **5.2. Tarım Turizmi**

### **5.2.1. Tanım ve Kapsam**

Turizm tüm Dünya’da önemi giderek artan bir sektör halindedir. Geçmişten itibaren, kum ve güneş anlayışına dayanmasına rağmen ilerleyen yıllarda çeşitlenerek doğal alanları da kapsayan bir gelişme göstermiştir.

Rio’da 1992 yılında bir araya gelen ülkelerin gerçekleştirdikleri “Rio-Gündem 21” isimli uluslararası toplantıda ülkelerin ulusal kalkınma plan ve hedeflerine uygun politikalarla işlerlik kazandırılması kararlaştırılmıştır. Bu kararlardan birisi de kırsal turizmin veya tarım turizminin geliştirilmesidir. Buna göre; “kırsal alandaki yoksul nüfusu marjinal toprakları kullanma zorunluluğundan uzaklaştırmak için; kırsal sanayi, dokuma sanayi, balıkçılık ve kırsal turizm gibi tarım dışı istihdam alanlarının oluşturulması” öngörülmüştür (Gündüz 2004).

Turizmdeki bu gelişme hizmet sektöründe de eğitimli ve deneyimli profesyonel kadroların ortaya çıkmasına ve bu yönde önemli yatırımların yapılmasına yol açmıştır. Bu

hareketlilik başta tarım, sanayi ve ticaret sektörü olmak üzere diğer sektörleri de canlandırmış, pazar imkanlarının artmasına fırsat tanımıştır. 21.yy girerken sektörler konularına daha profesyonel yaklaşırken tatil programlarının içine kültürel geziler, deniz kıyısında tatil ve doğa olmak üzere sektörel programlar da girmeye başlamıştır. Özellikle kırsal alanları içine alan doğa turizmi ve ekoturizmin yanında tarım turizmi ortaya çıkmaya başlamıştır. Köyleri ve tarımsal işletmeleri içine alan ve kırsalda yer alan işletmelerin çevresindeki doğal yapıyı da kapsayan bir turizm hareketi oluşmuştur (Örnek 2011).

Dünya’da pasifturizm anlayışı giderek yerini katılımcıların da dahil olduğu aktif turizm türüne dönüşmüştür. Turistler artık sadece izlemekle kalmayıp doğrudan faaliyetlerin içinde yer almak istemektedirler. Bunun en iyi örneği tarım turizmidir. Günümüzde Türkiye’nin bazı bölgelerindeki tarım işletmeleri de ziyaretçi kabul etmeye başlamıştır. Gelen ziyaretçiler işletmede üretilen ürünlerden tüketmekte, isterse çiftlikteki üretim faaliyetlerine katılabilmektedir. Ziyaretçilerin çiftlikyaşam tarzında konaklaması ve üretim faaliyetlerine katılması tarım turizmi olarak genel kabul görmektedir (Hurma ve ark. 2010).

Kırsal alanlara (dağ ve orman köylerini de kapsayan) dönük turizm faaliyeti ile ilgili literatür incelendiği zaman konu uzmanlarının farklı kavramlar kullandığı görülmektedir. Bazı uzmanlar kırsal alanlardaki turizm aktivitelerini köy turizmi, çiftlik turizmi, tarım turizmi gibi kavramlarla ifade ederken; bazıları ise dağ turizmi, eko-turizm veya yayla turizmi olarak adlandırmaktadır. Aralarında ufak tefek farklılıklar olmasına rağmen yukarıda belirttiğimiz faaliyetler kırsal alanlarda gerçekleştiği için hepsini birden “kırsal turizm” kavramı altında toplamak en gerçekçi yoldur. Bu turizm türünün başlangıç noktasını köy veya çiftlik gibi herhangi bir yerleşim birimi ile doğal çevre oluşturmaktadır. (Karafakı ve Yazgan 2012).

Kırsal turizmin kapsadığı bir diğer tür de “tarım turizmi”dir. Genel olarak tarım turizmi tarımsal amaçlı kullanılan alanlara ziyaretçi çekmek için yapılan uygulamalar olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda tarım turizmi, küçük aile işletmelerinin tarımsal gelirlerini artırmak için dikkate alınması gereken bir seçenek olarak görülmektedir. Bir anlamda tarım turizmi küçük ölçekli, düşük etkili, temel anlamda eğitim amaçlı ekoturizme benzetilmektedir (Anonim 2009).

Tarım turizmini ekoturizmden ayıran en önemli özellik, kişilerin kırsal kesimin bir parçası olarak faaliyetlerin içinde bizzat yer alması, ekoturizmin “bak fakat dokunma” mantığına karşılık insanın kendini yeniden keşfetmesidir (Şapçı 2005).

Tarım turizmi, bitkisel ve hayvansal üretim yapan tarım işletmelerinde çalışmak üzere tarım ve turizmi birleştiren ticari bir yatırımdır. Kesin bir tanımla, bir tarım işletmesine veya tarla, bahçe gibi herhangi bir tarımsal faaliyet alanına eğlenme, eğitim veya günlük tarımsal

aktivitelerde aktif rol alma amaçlı yapılan ziyaretlerdir (Anonim 2008a). Burada önemli olan tarımsal alanlardaki konaklama, yeme-içme imkanlarının aynı anda hem tarım hem turizm amaçlı kullanılabilmesidir (Çıkın ve ark. 2009).

Daha geniş anlatımıyla tarım turizmi, küçük tarım işletmeleri başta olmak üzere, üreticilere ek gelir sağlamak amacıyla bağ, bahçe, tarla, ahır, ağıl, kümes vb. tarımsal üretim alanları ile küçük ölçekli ve geleneksel gıda işleme tesisleri gibi faaliyet alanlarını ziyaret etmek, günlük işlerine katılmak, çiftlik evinde geceleme, gezinmek, eğlenmek, alış veriş yapmak ve bazen de eğitim almak gibi aktivitelerin bir veya birkaçını kapsayan bir turizm türüdür (Cebeci 2008).

Amerikan Çiftlik Bürosu (American Farm Bureau Federation) tarafından yapılan bir tanıma göre de “Tarım turizmi, işletmeye gelen ziyaretçilerin (tarım turisti) iyi zaman geçirmesi amacıyla yapılan yatırımla işletmeyi ziyaret etmektedir”. Tarım turizmi ile herhangi bir tarım işletmesine eğlenme, eğitim veya işletmedeki faaliyetlerle ilgili olan etkinlikler amacıyla yapılan ziyaretler anlatılmaktadır. Bu ziyaretler ayrıca işletmenin ekonomik sürdürülebilirliğine de katkı sağlayabilmektedir (Ryan ve ark. 2006).

Küçükaltan (2002) tarım turizmi ile kırsal turizmin birbirinden ayrıldığı noktaları şöyle sıralamıştır:

- Kırsal turizmde turizm talebinin odağında kırsal alanlar varken, tarım turizminde yalnızca tarım alanları bulunmaktadır. Bilindiği gibi, her kırsal alanı tarım alanı olarak değerlendirmek olası değildir. Köylerle birlikte kent merkezleri dışında da, tercihen tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu, bir başka deyişle tarımsal üretimin yapıldığı yörelerde tarım ile birlikte geliştirilebilecek alternatif bir ekonomik faaliyettir.

- Tarım turizminde, turistin temel hedefini tarımsal ürünler veterimsal faaliyetler oluşturmaktadır. Oysa kırsal turizmde tarımsal ürünler birincil seyahat nedeni olmayıp, dinlenme, doğa ile bütünleşme, yöresel kültürü tanıma da etkili olabilmektedir.

- Kırsal turizmde turistler yörenin kültürünü de tanımak istemektedir. Oysa tarım turizminde tüketici böyle bir beklenti içerisinde değildir. Çünkü onun asıl arzusu, beklentisine uygun bir tarımsal faaliyetlerdir.

Tarım turizmi sayesinde bölgesel gelişmişlik düzeyi de yükseltilen bölgedir. Tarımsal çevre, tarımsal üretim ve tarımsal barınma ile doğrudan bağlantılı turizm ürünlerini içermektedir. Kapalı alanda yada kamp yapmak suretiyle bir çiftlikte barınma, eğitsel geziler, yemekler, eğlendirici faaliyetler, çiftlik ürünlerinin ve el sanatlarının satışı, bu kapsamda değerlendirilmektedir (Çıkın ve ark. 2009).

Tüm bu avantajlara rağmen tarım turizmi bir takım olumsuzlukları da beraberinde

getirmektedir. Özellikle turizm faaliyetlerinin doğuracağı işgücü ve zaman kaybı tarım işletmesinin temel tarımsal faaliyetlerinin aksamasına neden olabilecektir. Bununla birlikte aile yaşamındaki mahremiyet, ekstra sorumluluklar, yüksek borçlanma riski bu turizm türünün negatif yanları olarak sayılabilmektedir (Anonim 2000). Aynı zamanda turistler ile ev sahipleri arasındaki kültürel, politik ve dini farklılıklar olumsuz durumlara yol açabilecektir (Karabatı ve ark. 2009).

Tarım turizmi yatırımları ziyaretçiler için görme (izleme), yapma (faaliyetlere katılma) ve satın alma prensiplerine dayanmaktadır. Bu bileşenlerin tümü tarım işletmesi tarafından sağlanmak zorundadır (Hurma ve ark. 2010). Yatırımın başarısı bunları en iyi şekilde harmanlayarak turistlere sunmaktan geçmektedir. Yapılan çalışmalarda turistlerin temel olarak yiyecek, içecek ve hatıra eşyaları satın aldığını göstermektedir (Adam 2004). Hizmet olarak tarım turizminin başarısına katkı yapacak 3 önemli faktör bulunmaktadır (Gopal ve ark. 2008). Bunlardan en önemlisi üretici kesiminin eğitim seviyesi ve dışa açık bir yapıda olması, ikincisi turizm yapılacak bölgede zengin doğal kaynak varlığının olması, bir diğeri de tarım alanlarının ekolojik yönden şehirde yaşayan bireyleri cezbedecek düzeyde değerli olmasıdır.

### **5.2.2. Tarım Turizminin Amacı ve Faaliyetleri**

Tarım turizmi, çeşitli ulusal kalkınma programlarıyla kırsal kalkınmayı sağlamak için şimdiye kadar olan tarımsal ürüne odaklı yapısından, tarımsal kültür pazarlamasını temel alan bir yapıya dönüştürülmektedir. Böylece ulusal ekonominin kalkınmasında yeterince önem gösterilemeyen kırsal bölgelerdeki kaynakların daha verimli kullanılması mümkün olmaktadır (Çıkmın ve ark. 2009).

Tatillerin tarım işletmelerinde geçirilmesi, bu işletmelerin ayakta kalabilmeleri için ekonomik ikinci veya üçüncü faaliyet imkanı yaratmaktadır. Ürün pazarlarındaki fiyat dalgalanmaları bu şekilde dengelenerek atlatılabilmektedir. Üreticiler, kendi işlerinde çalışmaya devam edebildikleri gibi yalnızca işletmelerinde çalışmakla yetinmektedir. Tarım turizmi, işletmede üretilen tarım ürünlerinin hem turizm faaliyetlerine girdi teşkil edecek biçimde kullanılmasını (örn: yemeklerde kullanılması) hem de doğrudan gelen turistlere satılmasına olanak vermektedir. Tarım sektöründeki gelişmelerden bağımsız olarak turizmden elde edilen gelir, güvenilir gelir kaynaklarından birisidir (Gündüz 2004).

Kırsal kalkınmanın yerel potansiyel ve kaynakların değerlendirilmesini, doğal ve kültürel varlıkların korunmasını esas aldığı tarım turizmi, kırsal toplumun iş ve yaşam

koşullarının kentsel alanlarla uyumlu olarak yöresinde geliştirilmesini ve sürdürülebilir kılınmasını amaçlamaktadır (Özefe 2009).

Tarım turizmi bu alanda faaliyet gösteren işletmelere oldukça önemli imkanlar sunabilmektedir. Bunlardan ilki tarım turizmi sayesinde tarımsal çeşitlilik yaratarak çiftçi ailelere işlerini yeniden yapılandırma imkanı sunma, ikincisi ise gerçekten işlerini ve kendilerini çiftlik turizmine adanmış olanların yapmış olduğu işletmecilik faaliyetleridir. (Kılıç 2010).

Tarım turizmi tarım işletmeleri açısından düşünüldüğünde başta gelir sağlama olmak üzere çok çeşitli amaçlarla yapılmaktadır. Bu amaçlar;

- Üreticinin ilgi alanına girmesi veya hobi amaçlı tarım turizmi yapılması
- Tarım kültürünün sürekliliğinin sağlanması
- İşletmenin devamlılığının sağlanması
- İşletme fertlerine istihdam imkanı sağlanması
- Gelirin tüm yıla yayılması
- Toplumsal hizmet olarak yazılabilir (Ryan ve ark. 2006)

Tarım turizminin faydalarını da şu şekilde sıralamak mümkündür:

- tarımda çeşitlilik ve kırsal alanda iş olanaklarını arttırmak,
- tarımsal ürünlerin pazarlanması için fırsat yaratmak,
- kentsel ve kırsal halk arasında sosyal ekonomik ilişki kurmak,
- kırsal, kentsel mekanlar arasında köprü görevinde bulunmak,
- kentsel halkın turizm ve rekreasyon ihtiyacını karşılamak,
- kentsel halkın gözünde tarımsal faaliyetin önemi ve saygınlığının artmasını sağlamak,
- tarımsal faaliyetin tanıtımı, tarımın ekonomiye ve ulaşım kalitesine katkısını sağlayarak halkı eğitmek (Gökalp ve Yazgan 2013);

Başlıca Tarım turizmi faaliyetleri ise çizelge 5.1’de verilmektedir.

**Çizelge 5.1.** Tarım Turizmi Faaliyetleri (Hillebrand ve ark. 2000, Russell 2003, Gündüz 2004)

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Dış mekan rekreasyonu          | Avcılık, balıkçılık, vahşi yaşam fotoğrafçılığı, binicilik, kayak, offroad taşıtları kampçılık/piknik  |
| Eğitimsel tecrübeler           | Okul turları, fidanlık turları, tarımsal teknik kurslar, çiftlik ve işletme/fabrika turları, yemek pişirme, inek gütmeye veya çiftlikteki işlere yardım etme, ürün tanıtım programları |
| Eğlence                        | Hasat festivalleri, tarla günleri, fuarlar)  |
| Konaklama hizmetleri           | Çiftlik konaklamaları (yatak ve kahvaltı dahil), binicilik işletme tatilleri, öğrenci değişimleri, genç turist yurtları, rehberli turlar   |
| Çiftlikten doğrudan satışlar   | Yol kenarı standları, kendin topla operasyonları, tarımsal kökenli hediyelikler  |
| Çiftlik dışı doğrudan satışlar | Üretici pazarları, ilçe fuarları, özel günler  |
| Muhtelif                       | Tarihi ve kültürel değerleri görme isteği, rehber/teçhizat operasyonu  |



Çizelge 5.1'den de anlaşılacağı üzere tarım işletmelerinde yapılacak tarım turizmi aktivitelerini 7 grupta toplamak mümkündür. Gelen turistlerin kırsal alanda yapacağı avcılık, balıkçılık vb gibi faaliyetler dış mekan rekreasyonu altında verilmiştir. Özellikle tarım turizmi açısından önemli olan işletmedeki işlere yardım etme, tarımsal teknikler vb gibi faaliyetler ise eğitimsel tecrübeler olarak tanımlanmaktadır. Bu faaliyetlerin yanı sıra tarım turistlerinin eğlenmelerine imkan veren festivaller, fuarlar ve tarla günleri önemli faaliyet kollarıdır. Bunlar tarım ağırlıklı fuar ve festivaller olup yeniliklerin üreticilere ve turistlere aktarılması açısından oldukça önemlidir.

Yol kenarı stantları, kendin topla faaliyetleri, üretici pazarları gibi aktiviteler üreticilerin ürettikleri yerel ve kültürel ürünlerin pazarlanmasını kolaylaştıran faaliyetlerdir.

Tarım turizmi faaliyetlerini işletmelerin sahip oldukları doğal, fiziksel ve miras varlıklara göre de sınıflandırmak mümkündür (Çizelge 5.2)

**Çizelge 5.2.** Tarım İşletmelerin Sahip Olduğu Doğal, Fiziksel ve Kültürel Varlıklar Açısından Tarım Turizmi Faaliyetleri

| Varlıklar | Sınıflandırma       | Örnekler  | Tarım Turizmi Faaliyet Örnekleri                       |
|-----------|---------------------|---|--|
| Doğal     | Manzara, Temiz hava | Sessiz alanlar, manzara                           | Tırmanma, meditasyon                                   |
|           | Vahşi yaşam         | Şelaleler, kelebekler                             | Ücretli avcılık, kuş gözlemciliği                      |
|           | Çiftlik hayvanları  | Atlar, Koyunlar, İnekler                          | At biniciliği, koyun kırpma, hayvan bakımı, süt sağımı |
|           | Hidroloji           | Göller, akarsu, doğal havuz, şelale               | Balıkçılık ve su ile ilgili aktiviteler                |
|           | Topoğrafya          | Tepe, mağara, kayalık bölgeler                    | Kaya tırmanışı, manzara fotoğrafçılığı                 |
|           | Bitki örtüsü        | Ormanlar, çayırliklar, tarım ürünleri             | Mısır tarlaları, ürün tanıma aktiviteler, elle toplama |
|           | İklim ve Mevsim     | Yağmur, büyüme sezonu, ekim sezonu, hasat günleri | Fide dikmek, tarla yürüyüşleri                         |
| Fiziksel  | Yerleşim yeri       | Çiftlik evi, ahşap bina                           | Konuk odaları, yatak ve kahvaltı                       |
|           | Yerleşim yeri dışı  | Otlak, ahır, makine parkı                         | Ürün değirmenleri, hediye dükkanları                   |
|           | Diğer               | Oyun alanı, yollar                                | Birlikte yemek yapma, aile toplantıları, konumlama     |
|           | Taşımacılık         | Traktör, römork                                   | Traktörle kır gezisi,                                  |

|                |                |  |  |
|----------------|----------------|--|--|
|                |                |  | traktör sürme, çiftlik turu                        |
|                | Boş alan       | Park alanı, kamp alanı, oturma alanı                       | Konser yeri, mısır hasatı                          |
|                | Dekoratif      | Silo, köprü, rüzgar değirmeni, sera, bahçe                 | Manzara içeren herhangi bir aktivite               |
| Kalıntı, Miras | Tarihi miras   | Tarihi çiftlik, sivil savaş alanları, eski madenler, baraj | Mimari turlar, foto safari, gezi                   |
|                | Kültürel miras | Gıda, el sanatları, müzik, mezarlıklar                     | Fırın, Mum yapımı, sanat galerisi, müzik festivali |
|                | Doğal miras    | Boğaz manzarası, göl kenarı manzarası, vadi                | Doğa fotoğrafı, iz sürme                           |

Tarım turizmi faaliyetlerinin bir diğer gruplandırma şekli de çizelge 5.3'te verilmiştir. Burada faaliyetler 4 temel gruba ayrılmaktadır. Her bir grup tarım turizminin bir amacını yansıtacak biçimde tasarlanmıştır. Buna göre ilk grup tarım işletmesinde üretilen ürünlerin pazarlanmasına ve yemek organizasyonuna dayalıdır. Bir diğer grup tarımsal-eğlence adı verilen turistlerin ilgisini çekmeye yönelik faaliyetlerdir. Üçüncü grup ise eğitimsel aktivitelerdir. Son grupta turistlerin tarım işletmelerinde konaklamasıyla ilgili faaliyetlerden oluşmaktadır.

**Çizelge 5.3.** Tarım Turizmi Faaliyetlerinin Gruplandırılması

|   |   |
|---|---|
| <b>Pazarlama / Yemek</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yol kenarı stantları</li> <li>- Çiftlik market</li> <li>- Hediye dükkanları</li> <li>- Kendin topla uygulamaları</li> <li>- Restoran</li> <li>- Ekmek pişirme, fırın</li> <li>- Düğün organizasyonu, özel kutlamalar</li> </ul> | <b>Eğlence</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tarımsal fuarlar</li> <li>- Çocuklar için aktiviteler</li> <li>- At binme</li> <li>- Traktör, römork kullanma</li> <li>- Avcılık, balıkçılık, kayak vb</li> </ul> |
| <b>Eğitim</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Okul turları</li> <li>- Tarımla ilgili kurum gezileri</li> <li>- Bahçe turları</li> <li>- Tarımsal sergiler</li> <li>- Ürün tanıma programları</li> </ul>  | <b>Konaklama</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yatak ve kahvaltı</li> <li>- Misafir evi</li> <li>- Köy evi</li> <li>- Kamp yerleri</li> </ul>  |

Üreticilerin kendi işletmesini tarım turizmine açmadan önce kültürel ve yapısal yönde yapması gerekenler şunlardır (Walker 2009):

- **Amaç belirleme / Plan Hazırlama:** Öncelikle işletmenin halka açılması durumunda

hangi tarımsal tecrübelerin aktarılacağına iyi bilinmesi gerekmektedir. Özellikle turistlerin ilgisini çekebilecek nadir tarım uygulamalarının listelenmesi bu açıdan faydalı olacaktır. Bunun için çeşitli tarım kuruluşlarından ve yayım hizmetlerinden yardım alınabilir.

- **Kapasite Tespiti:** İşletme uygulanacak tarım turizmi faaliyetlerine uygun olarak mekânsal kapasitenin belirlenmesi işidir. Burada aktivitelerin sağlıklı yapılabilmesine olanak sağlayan turist sayısı, zaman yönetimi gibi unsurlar tespit edilmektedir.

- **Sorumlulukların anlaşılması:** Ziyaretçilerin işletmeye gelmesinden itibaren risk yönetim stratejilerinin belirlenmesi, güvenlik planlarının oluşturulması gerekmektedir. Bunlarla ilgili işletme yöneticisine düşen sorumlulukların önceden bilinmesi lazımdır.

- **Diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliğinin geliştirilmesi:** Tarım turizmi her ne kadar işletmeye bağımlı olarak yapılsa da işletmenin bulunduğu köyde ve ilçedeki kurum, kuruluş ve faaliyetlere de açıktır. Bu nedenle diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliğinin sağlanması gerekmektedir.

- **İşletmenin bulunduğu bölgedeki turistlerin ilgisini çeken faaliyetlerin envanterinin yapılması:** Yerel turizm ofisleriyle iletişime geçilerek bağlantı kurulmasını da kapsayan bu aşamada bölgenin tarımsal yapısı, diğer işletmeler hakkında bilgi ve tarım turizmi faaliyetleri listelenmektedir.

- **Diğer tarım turizmi işletmelerini ziyaret:** Eğer varsa bölgedeki diğer tarım turizmine açık işletmeler ziyaret edilerek tecrübe paylaşımlarının yapılması üreticinin bu konudaki bilgisinin artması için faydalı olacaktır.

- **Dışa açılma / Farkındalık yaratma:** Bir nevi işletmenin reklamının yapılması aşamasıdır. Bunun için çevrimiçi kaynaklar rahatlıkla kullanılabilir. Turizm ofislerine kaydolmak, tarım turizmi ile sitelere üye olmak işletmenin farkındalığını artıracaktır.

- **Turist profilinin belirlenmesi:** İşletmede konaklayacak ve faaliyetlere katılacak turistlerin amaçları ve profillerinin belirlenmesi özellikle uzun vadede önemlidir. Turistlerin eğitim amacıyla mı yoksa eğlenceye dayalı bir faaliyet istediklerinin bilinmesi işletme kaynaklarının yönetilmesine fayda sağlamaktadır.

- **Turistlere yönelik rehber hazırlanması:** İşletmede yapılacak tarım turizmi ile ilgili turistleri bilgilendirici broşürler ve rehberler hazırlanmalıdır. İşletmede uyulması gereken kuralların da bulunacağı bu rehberler turistlerin yaptıkları bu ziyaretten en yüksek şekilde faydalanmalarını sağlayacaktır.

### 5.2.3. Tarım Turizminin Avantajları ve Dezavantajları

Tarım turizminin işletmelerce faaliyete geçirilmesi birçok avantajı ve dezavantajı da beraberinde getirmektedir. Üreticilerin tarım turizmine karar verme bunların iyi tahlil edilip bilinmesi yapılacak olan faaliyetlerin başarısını etkileyebilecektir.

Tarım turizminin işletmeye sağlayacağı avantajlı yönleri şu şekilde sıralayabilmek mümkündür (Chesnutt 2007, Akpınar ve ark. 2003):

- İşletme faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve gelir kaynaklarının çoğaltılması
- Üreticilerin yaşam tarzlarının turistlerle paylaşımına olanak sağlanması
- Küçük ölçekli işletme faaliyetlerinin değerlendirilmesi
- İşletme personelinin iletişim becerilerinin gelişmesini sağlar
- Kırsal kesimdeki kadın ve çocuklar için yeni fırsatlar yaratır
- Toplumsal aktivitelerde önemli rol oynar
- Tarım sektörünün kalkınmasına yardım eder
- Sürdürülebilir yerel endüstrilere model olur
- Ekili alanlar ve kır manzarası olmak üzere tarımsal alanların korunmasına yardım eder.
- Kırsal alanlarda iş fırsatları yaratır
- Tarımsal ürünlerin pazarlanması için fırsatlar sunar
- Kır ve kent yaşamı arasında sosyal ve ekonomik bağlantı kurar
- Kent insanının bakış açısından tarımsal faaliyetlerin saygınlığını artırır.

Tarım turizminin tüm bu avantajlarının yanında özellikle işletmeler ve tarımın yapısı üzerinde bazı dezavantajları da bulunmaktadır (Chesnutt 2007). Bunlar;

- İlk aşamada giderleri yükselterek para ve zaman ihtiyacını artırabilir
- İşletmenin asıl işi olan tarımsal faaliyetlerin aksamasına neden olabilir
- Aile üyelerinin iş yoğunluğunu artırır
- İşletme personelinin sürekli nazik ve kibar olmasını gerektirir, bu da zamanla bireylerin bu işten sıkılmasını sağlayabilir
- Özellikle konaklama işi içine girdiğinde işletmeye ilave bir maliyet yükler
- Personel sorunları doğurabilir
- Özel mülkün ziyaretçilere açılması risk faktörü oluşturabilir.
- Hafta sonları da çalışmaya zorladığı için sosyal yaşamda kısıtlama getirir.

## 6. ARAŞTIRMA SAHASI HAKKINDA GENEL BİLGİ

### 6.1. Tekirdağ İlinin Coğrafi Yapısı

Tekirdağ ili Türkiye'nin kuzey-batısında, Marmara Denizinin kuzeyinde, Trakya Bölgesinde, 40° 36' ve 41° 31' kuzey enlemleriyle 26° 43' ve 28° 08' doğu boylamları arasında yer almaktadır. Marmara Denizi'nin kuzeyinde, İstanbul ve Çanakkale illeri arasında yer alan, doğusunda İstanbul, kuzeyinde Kırklareli, batısında Edirne, güneyinde Marmara Denizi ile çevrili 6.313 km<sup>2</sup> yüzölçümüne sahip ildir. Trakya Bölgesinin güneyinde yer alan Tekirdağ'ın Marmara denizine 133 km, Karadeniz'e de 2,5 km uzunluğunda kıyısı bulunmaktadır (Anonim 2013a).

Tekirdağ ilinin en önemli yükseltisini oluşturan Tekir Dağları, Tekirdağ kentinin 12 km güneyindeKumbağ'dan başlar, Gelibolu kıstağına kadar bir sıra halinde (60 km) uzanır. En yüksek yeriGanos (Işık) dağıdır. Istranca (Yıldız Dağları), Çerkezköy'de başlar ve kuzeye gittikçe yükselir. Balkan Yarımadasının güneydoğu kesiminde yer alan Trakya Bölgesinde farklı morfolojik üniteler vardır. Tekirdağ Bölgesinde bu morfolojik ünitelerden dağlık olanları kuzeydeki Istranca (Yıldız) dağlık kütle ile güneydeki Ganos (Işık) ve Kuru dağlarıdır. İç kesimlerde akarsuların geniş tabanlı vadilerini kaplayan geniş ve bereketli ovalar yer alır. Bunların en önemlileri Çerkezköy'den başlayarak batı yönünde, Ergene yatağı boyunca giderek genişleyen Ergene Ovası ile Ergene nehrine akan Hayrabolu ve Çene (Beşiktepe) derelerinin alüvyon yatakları boyunca uzanan Hayrabolu ve Çene Ovalarıdır. (Anonim 2013a).

#### 6.1.1. İklim

Sıcaklık ortalamaları ve genel nemlilik indisleri göz önüne alınırsa, Tekirdağ ili iklimi, ılıman yarı nemli olarak nitelenir. Kıyı kesiminden iç kesimlere girildikçe denizden uzaklığın ve yükseltinin etkisiyle sıcaklık ve yağış değerlerinde küçük farklılaşmalar görülür. Marmara Denizi kıyısı boyunca, yaz mevsimi sıcak ve kurak, kış mevsimi ise ılık ve yağışlı geçen Akdeniz ikliminin özellikleri görülür. Buralarda Akdeniz ikliminden tek fark kışın kar yağmasıdır. Kuzeye paralel uzanan Tekir Dağları da kıyı kesimini Balkanlardan gelen soğuk hava kütlelerine karşı korur. (Anonim 2013a).

#### 6.1.2. Bitki Örtüsü

Trakya'da arazi yapısı ve iklimin etkisiyle orman alanları kuzey ve güney kesiminde

yoğunluk arz etmektedir. Kuzeyde IstrancaDağları boyunca Karadeniz'e paralel uzanan orman bloğu, Karadeniz ikliminin etkisiyle rutubeti seven kayın, meşe, kızılğaç, dişbudak gibi ağaç türlerinden oluşmaktadır. Güneyde GanosDağları boyunca Saroz Körfezine doğru uzanan ve İç Trakya ile Gelibolu Yarımadasını ayıran orman bloğunun güneye bakan yüzü Akdeniz iklimine uygun ve yaz kuraklığına dayanıklı kızılçam, pırnal meşesi gibi ağaç türleri ile kaplı iken, kuzeye bakan yüzü ise kızılçam, karaçam, meşe, ıhlamur, gürgen gibi ağaç türleri ile kaplıdır. Kuzey ve güneydeki iki orman bloğunun arasındaki düz arazide karasal iklime ve toprak yapısına uygun meşe türlerinden oluşan ormanların gruplar halinde dağınık vaziyette bulunduğu ve kuzey ile güneyde bulunan ana orman blokları arasında bağlantının bulunmadığı görülmektedir. Düz arazi yapısının bulunduğu, derin ve zengin topraklarla kaplı ve karasal iklimin etkili olduğu İç Trakya'da azalan orman alanlarının yerini tarım ve mera alanları almaktadır. Tekirdağ'ın kuzeyinde Saray'a doğru uzanan Istranca kütesinin kuzey yamaçları daha fazla yağış alması nedeniyle kayın ormanları ile kaplıdır. Trakya bölgesi, tarım arazisi kazanmak amacıyla ormanların tahribi sonucu, bugünkü step arazisi görünümünü kazanmıştır. Güneydeki Ganos dağlarının kuzey yamaçlarında gürgen, meşe, ıhlamur ağaçları ve sık bir ormanaltı örtüsü hakimken, güney yamaçlarda yağışın azalması nedeniyle kuru ormanlar ve maki toplulukları yer almaktadır. (Anonim 2013a).

## 6.2. Tekirdağ İlinin Tarımsal Yapısı

Çiftçi kayıt sistemine göre 2013 yılı itibariyle Tekirdağ ilinde 26.000 civarında üretici bulunmaktadır (Anonim 2013a).

2013 yılı verilerine göre Tekirdağ ili arazi varlığı ve kullanımına göre dağılımı Çizelge 6.1 ve 6.2'de gösterilmiştir. Tekirdağ ilinde işlenen tarım alanları, 3.745.804 dekar (% 59,33'lük oran) ile çok yüksek bir düzeydedir.

**Çizelge 6.1.** Arazi Varlığı Dağılımı (Anonim, 2013a)

| Kullanılış Biçimi   | Alan (da) | Oranı (%) |
|---------------------|-----------|-----------|
| İşlenen Tarım Alanı | 3.745.804 | 59,33     |
| Çayır-Mera Alanı    | 325.782   | 5,16      |
| Ormanlık Alan       | 1.042.535 | 16,51     |
| Tarım Dışı Arazi    | 1.198.879 | 18,99     |
| Toplam              | 6.313.000 | 100,00    |

**Çizelge 6.2.** İşlenen Tarım Alanlarının Dağılımı (Anonim, 2013a)

| Kullanılış Şekli | Alan (da) | Oranı (%) |
|------------------|-----------|-----------|
| Tarla Arazisi    | 3.671.439 | 96,56     |
| Bağ Arazisi      | 37.398    | 0,98      |
| Sebze Arazisi    | 34.381    | 0,90      |
| Zeytinlik Arazi  | 39.881    | 1,05      |
| Meyvelik Arazi   | 19.140    | 0,50      |
| Toplam           | 3.802.239 | 100,00    |

Tekirdağ İli toplam tarımsal gayri safi üretim değeri 1.951.430.858 TL'dir. Bitkisel üretim, toplam tarımsal gayri safi üretim değerinin 1.412.721.109 TL'sini (% 72,39) oluşturmaktadır olup, bunu içinde tarla ürünleri 1.216.223.731 TL ile ön büyük gayri safi üretim değerine sahiptir. Hayvancılık, toplam tarımsal gayri safi üretim değerinin 535.649.249 TL'sini (% 27,45) oluşturmaktadır olup, Tekirdağ ili için önemli bir tarımsal faaliyet koludur. Hayvansal gayrisafi üretim değeri içindeki en büyük pay 340.325.819 TL ile süt üretimine aittir. (Anonim 2013a).

### **6.3. Doğal Kaynak Yapısı**

#### **6.3.1. Ormanlar**

Ormanlık alanlar Tekirdağ'daki toplam alanın %16,85'ini oluşturmaktadır. Bu oran, %20 olan Türkiye ortalamasının altındadır.

Tekirdağ ilindeki orman alanları güneybatı bölümündeki Merkez, Şarköy ve Malkara ile Kuzeydoğu bölümünde yer alan Saray, Çerkezköy bölgesinde yer almaktadır. Yöre ormanlarının %61'i meşe baltalığı olup, %39'u çam, kayın, kuru ormanları ve ağaçlandırma sahalarıdır (Anonim, 2013b).

#### **6.3.2. Göller**

Tekirdağ İli topoğrafik yapısı içerisinde tabii göllerden yoksun bir konumdadır. Bölge arazisinin düz ve engebeli olması, mevcut akarsu ve yağmur sularının dere yatakları ile direkt olarak akışa geçmeleri nedeni ile doğal arazi üzerinde su birikiminin oluşması ancak gölet ve baraj yapımıyla mümkün olmaktadır.

Bu itibarla bölge genelinde içme ve kullanma suyu temin etmek amacıyla baraj ve gölet yapımının önemi büyük ölçüde artmaktadır. İhmal edilmiş bulunan baraj ve göletler genel olarak tarım arazisini sulama amacıyla yapılmış olup, yer yer çevre köy gruplarının da

içme suyu ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik amaçları da taşımaktadır. İçme suyu ihtiyacını karşılayan baraj ve göletler yeraltı su seviyesinin düşük olduğu batı bölge içerisinde bulunan bazı köyleri kapsamaktadır (Anonim, 2012).

### **6.3.3. Nehir ve Akarsular**

Tekirdağ ilinin yerüstü su potansiyeli 713.00 hm<sup>3</sup>/yıl'dır. Akarsular, içme ve kullanma açısından olumsuz bir yapıya sahiptir. Bunun en önemli nedeni yörede bulunan sanayi kuruluşları deşarjlarının kirliliği sonucu, akarsuların doğal yapısının bozulmasıdır.

Bunlara ek olarak, akarsu havzalarında bulunan yerleşim birimlerinin evsel atık sularının da direkt deşarj edilmesi ikinci bir etkidir. Bu nedenle, yöre içerisinde yer alan akarsuların, gerek tarım açısından kullanılmasında ve gerekse de toplumun piknik yeri olarak akarsu çevresinden yararlanılması mümkün olmamaktadır (Anonim 2012).

### **6.3.4. Flora ve Fauna**

Tekirdağ İli doğal bitki örtüsü açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Bu zenginlik bölgenin konumundan, yani Mediterran (Akdeniz), Euro-Sibirian (Avrupa Sibiryası) ve Irona Turanien (İran-Turan) Floristik bölgelerin karşılaştığı alanda bulunmasından kaynaklanmaktadır. Bunun sonucu olarak bölge oldukça geniş bir flora koleksiyonuna sahiptir. Bölgenin Marmara Denizi çevresinde ve dar bir şerit halinde Karadeniz kıyısı boyunca genel olarak Akdeniz tipi bitki topluluğu (maki) hakimdir. Makilerin dış görünüşleri ve toprak üstü kısımları su kaybını azaltacak tarzdadır. Yaprak dökmeyen türlerin yanı sıra yaprak döken türleri de kapsamaktadır. Yapılan inceleme ve araştırmalarda, bölgenin aşırı doğa tahribi ve tarımsal faaliyetlerin yoğunluğu içerisinde doğal biyotopların azalmakta olduğu nedenle, popülasyon düzeyinde sayısal bilgiler vermek mümkün olmamakla beraber, çoğu hayvan türleri münferit olarak görülmektedir (Anonim 2012).



## 7. ARAŞTIRMA BULGULARI

Tekirdağ ilinde 118 üretici ile yapılan anketlerden elde edilen veriler analiz edilerek çizelgeler oluşturulmuştur.

İlk olarak araştırma sahasındaki tarımsal üreticiler ve tarım işletmeleri hakkındaki genel bilgiler verilmiştir. Bunu üreticilerin Tarım Turizmine yönelik bakış açılarını ortaya koyan bölüm izlemektedir.

### 7.1. Genel Bilgiler

Tekirdağ ilindeki köyleri kapsayan çalışmada anket yapılan üreticilerin yaş ortalaması yaklaşık olarak 52'dir (Çizelge 7.1). Yaş dağılımı itibariyle üreticilerin %37,3'ü 51-60 yaş aralığında, %24,6'sı ise 41-50 yaş aralığındadır. 41 yaşından büyük üreticilerin oranı ise %82,2'dir (Çizelge 7.2). Anlaşılacağı üzere Tekirdağ ilinde tarım ile uğraşan kesimin yaş ortalaması oldukça yüksektir. Genç olarak nitelendirilebilecek yaş grubu (25-30) ise üreticilerin %3,4'ünü kapsamaktadır. Genç nüfus Çorlu, Çerkezköy gibi sanayi kuruluşlarının yoğun olduğu bölgelere göç etmektedir. Bu oranın düşüklüğü tarım kesimindeki işletmelerin sürdürülebilirliğini olumsuz etkilemektedir. 60 yaşın üstü üreticiler ise yaklaşık olarak %20'lik bir grubu oluşturmaktadır.

Bölgedeki aile genişliği ortalama olarak 4 kişiden oluşmakla birlikte 8 kişilik geniş ailelere de rastlanmaktadır. Buna rağmen işletmelerde bulunan kişi sayısı ortalaması yaklaşık olarak 3'tür. Aile gençleri okuma ya da çalışma amaçlı işletme dışında bulunmaktadırlar (Çizelge 7.1).

**Çizelge 7.1.** Tarımsal Üreticiler ve Tarım İşletmeleriyle İlgili Genel Bilgiler

| Genel Bilgiler          | Minimum | Maksimum | Ortalama | Standart Sapma |
|-------------------------|---------|----------|----------|----------------|
| Yaş                     | 25      | 75       | 52,0     | 11,41          |
| Aile Genişliği (kişi)   | 1       | 8        | 4,0      | 1,53           |
| İşletmedeki Kişi Sayısı | 1       | 8        | 2,8      | 1,28           |

**Çizelge 7.2.** Üreticilerin Yaş Dağılımı

| Yaş Dağılımı | Oran (%) |
|--------------|----------|
| 25-30        | 3,4      |
| 31-40        | 14,4     |
| 41-50        | 24,6     |

|        |       |
|--------|-------|
| 51-60  | 37,3  |
| 61-70  | 14,4  |
| 71-75  | 5,9   |
| Toplam | 100,0 |

Üreticilerin eğitim durumu Çizelge 7.3'te verilmektedir. Buna göre üreticilerin önemli bir bölümünün “ilkokul” mezunu olduğu (%77,1) görülmektedir. Lise ve üzeri eğitim seviyesine sahip olan üreticilerin oranı ise % 11,8'dir.

**Çizelge 7.3. Üreticilerin Eğitim Durumu**

| Eğitim Durumu | Oran (%) |
|---------------|----------|
| İlkokul       | 77,1     |
| Ortaokul      | 11,0     |
| Lise          | 6,8      |
| Yüksekokul    | 3,4      |
| Üniversite    | 0,8      |
| Lisansüstü    | 0,8      |
| Toplam        | 100,0    |

Ortaokul ve Lise mezunu üreticilerin oranı ise sırasıyla %11,0 ve %6,8'dir. Yükseköğretim kurumlarından mezun olan üreticilerin oranı ise toplam %5'tir.

Araştırma sahasında görüşülen tarım işletmelerinin yıllık ortalama brüt gelirleri 32.893,2 TL olarak bulunmuştur. Yıllık elde edilen bu gelirin aylar itibariyle 2.741 TL civarında olduğu hesaplanmıştır. Brüt gelirden üretim masrafları ve sabit giderler düşüldüğünde tarımsal üretimden elde edilen net gelirin oldukça düşük olacağı açıktır (Çizelge 7.4).

**Çizelge 7.4. İşletmelerin Gelir Durumu**

| İşletme ile İlgili Bilgiler                | Minimum | Maksimum | Ortalama | Standart Sapma |
|--|---------|----------|----------|----------------|
| İşletmenin Yıllık Ortalama Brüt Geliri(TL) | 5.000   | 150.000  | 32.893,2 | 25.176,12      |

İşletmelerin tarım dışı gelir kaynakları Çizelge 7.5'te verilmektedir. Üreticilerin yaş ortalaması itibariyle de görüldüğü üzere tarım dışı gelirlerinin önemli bir kısmını emekli maaşları oluşturmaktadır (%95,5). İşletmelerin %4,5'inde ise tarım dışı gelir arazi kiralınmasından sağlanmaktadır.

**Çizelge 7.5. İşletmelerin Tarım Dışı Gelir Kaynakları**

| <b>Tarım Dışı Gelir Kaynakları</b> | <b>Oran(%)</b> |
|------------------------------------|----------------|
| Arazi Kirası                       | 4,5            |
| Emekli Maaşı                       | 95,5           |
| Toplam                             | 100,0          |

İşletmelerin şehir merkezine uzaklıklarının 8 ile 110 km. arasında olduğu, ortalamasının ise 55,4 km. olduğu görülmektedir. En yakın ilçe merkezine ise ortalama olarak 16,4 km. uzaklıktadır. Tarım işletmeleri şehirlerarası otoyola ortalama 25,5 km. uzaklıkta olup, ilçeler arası yola uzaklıkları 1 ile 60 km. arasında değişmektedir (Çizelge 7.6).

**Çizelge 7.6. İşletmelerin Konumsal Bilgileri**

| <b>İşletme ile İlgili Bilgiler</b> | <b>Minimum</b> | <b>Maksimum</b> | <b>Ortalama</b> | <b>Standart Sapma</b> |
|------------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Şehir Merkezine Uzaklık(Km)        | 8              | 110             | 55,4            | 27,86                 |
| İlçe Merkezine Uzaklık(Km)         | 3              | 35              | 16,4            | 7,27                  |
| Şehirler Arası Otoyola Uzaklık(Km) | 1              | 100             | 25,5            | 24,35                 |
| İlçeler Arası Yola Uzaklık(Km)     | 1              | 60              | 19,0            | 17,78                 |

## **7.2. İşletmelerin Üretim Faaliyetleri ile İlgili Bilgiler**

Çizelge 7.7'ye göre incelenen tarım işletmelerinin % 42,2'si sadece bitkisel üretim faaliyeti, %3,4'ü de sadece hayvansal üretim faaliyeti ile uğraşmaktadır. Geri kalan %54,3'ü ise hem bitkisel üretim hem de hayvansal üretim yapmaktadır.

TUİK (2006) verilerine göre Türkiye'deki tarımsal işletmelerin %37,2'sinde yalnız bitkisel üretim, %0,5'inde yalnız hayvansal üretim, geriye kalan %62,3'ünde ise hem bitkisel üretim hem de hayvansal üretim yapılmaktadır. Çalışmada elde edilen veriler ile Türkiye geneli karşılaştırıldığında tarım işletmelerinin üretim faaliyetlerine göre dağılımları arasında biraz fark bulunmakla birlikte, oranların bir birinden çok uzak olmadığı görülmektedir.

**Çizelge 7.7. İşletmelerin Faaliyet Alanları**

| <b>İşletme Tipi</b>                 | <b>Oran(%)</b> |
|-------------------------------------|----------------|
| Sadece Bitkisel Üretim              | 42,2           |
| Sadece Hayvansal Üretim             | 3,4            |
| Bitkisel Üretim ve Hayvansal Üretim | 54,3           |
| Toplam                              | 100,0          |

Tarım işletmelerinin işledikleri arazilerin mülkiyet durumlarına, sulu-kuru olmalarına

ve çeşitlerine ilişkin veriler Çizelge 7.8’de verilmektedir. Ayrıca işletmelerin sahip olduğu arazilerin parçalılık durumları da aynı çizelgede yer almaktadır. Buna göre kuru tarım arazisi olarak işletmenin kendinin sahip olduğu arazi büyüklüğü 4 ile 1000 da arasında değişmekte ve ortalaması 81,8 da olarak bulunmuştur. Bahsi geçen arazi 1 ile 40 arasında değişen, yaklaşık olarak 8 parçadan oluşmaktadır.

Benzer şekilde kuru tarım arazisi olarak işletmenin kiraladığı arazi büyüklüğü 10 ile 262 da arasında değişmekte ve ortalaması yaklaşık 108 da’dır. Bu arazilerin de ortalama olarak 9 parçadan oluştuğu gözlenmektedir.

Sulu tarım arazisi olarak işletmenin kendinin sahip olduğu arazi büyüklüğü ise 1 ile 25 da arasında değişmekte ve ortalaması yaklaşık 18 da’dır.

Anket yapılan işletmeler içerisinde sadece birinde sulu tarım arazisi kiralaması yapılmaktadır. Bu arazinin büyüklüğü 14 da’dır.

Bahçe ve diğer tarım arazileri 1 ile 85 da arasında büyüklüğe sahip olup, bu grubun ortalama arazi büyüklüğü 31 da olarak hesaplanmıştır.

Toplam arazi büyüklüklerine bakıldığında işletmelerin 1 ile 1.000 da arasında araziye sahip oldukları ve bunların 1 ile 40 parça arasında değişen yaklaşık 9 parçadan oluştuğu görülmektedir.

Tarım Gıda ve Hayvancılık Bakanlığı çiftçi kayıt sistemi kayıtlarına göre 2011 yılı itibariyle Türkiye’de ortalama işletme büyüklüğünün 68,1 da, arazi parçalılık durumunun ise yaklaşık 7 parsel olduğu görülmektedir. Anket sonuçlarına göre ortalama işletme büyüklüğü Türkiye genelinden yaklaşık 10 da daha fazladır.

**Çizelge 7.8. İşletmelerin Arazi Durumları**

| <b>Bitkisel Üretim (2012 Yılı Verileri)</b> |          |                |                 |                 |                       |
|---|----------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
|   | <b>N</b> | <b>Minimum</b> | <b>Maksimum</b> | <b>Ortalama</b> | <b>Standart Sapma</b> |
| Tarla (Kuru)(Kendi)da.                      | 81       | 4              | 1.000           | 81,9            | 125,48                |
| Tarla (Kuru)(Kendi)ad.                      | 81       | 1              | 40,0            | 7,6             | 5,96                  |
| Tarla (Kuru)(Kira)da.                       | 11       | 10             | 262             | 107,8           | 72,32                 |
| Tarla (Kuru)(Kira)ad.                       | 11       | 1              | 17              | 8,8             | 6,13                  |
| Tarla (Sulu)(Kendi)da.                      | 9        | 1              | 25              | 17,9            | 7,67                  |
| Tarla (Sulu)(Kendi)ad.                      | 9        | 1              | 5               | 2,7             | 1,41                  |
| Tarla (Sulu)(Kira)da.                       | 1        | 14             | 14              | 14,0            | .                     |
| Tarla (Sulu)(Kira)ad.                       | 1        | 2              | 2               | 2,0             | .                     |
| Bahçe(meyve,zeytin)da.                      | 42       | 1              | 20              | 5,3             | 4,30                  |
| Bahçe(meyve,zeytin)ad.                      | 42       | 1              | 5               | 1,8             | 1,17                  |
| Bağ da.                                     | 49       | 1              | 85              | 16,0            | 14,90                 |
| Bağ ad.                                     | 49       | 1              | 11              | 3,6             | 2,50                  |

|                      |     |   |       |      |        |
|----------------------|-----|---|-------|------|--------|
| Diğer da.            | 3   | 1 | 25    | 9,7  | 13,32  |
| Diğer ad.            | 3   | 1 | 3     | 1,7  | 1,16   |
| Toplam Arazi da.     | 116 | 1 | 1.000 | 77,8 | 113,77 |
| Toplam Parsel Sayısı | 116 | 1 | 40    | 8,6  | 6,13   |

Tarım işletmelerinin arazi dağılımı Çizelge 7.9'da verilmektedir. Buna göre işletmelerin %20,3'nün arazi varlığının 20 da'dan az, %33,1'inin arazi varlığının 20 ile 49 da arasında, %21,2'sinin arazi varlığının da 50 ile 99 da arasında olduğu görülmektedir. İşletmelerin %25,5'nin ise 100 da ve daha fazla araziyi işledikleri görülmektedir.

TUİK verilerine göre ülkemizdeki tarımsal işletmeler %32,7 ile en fazla 20-49 dekar işletme büyüklük grubunda, %78,9'u 100 dekardan küçük işletme büyüklük gruplarında yer almaktadır. Tarımsal işletmelerin %21,1'i ise 100 dekar ve daha fazla işletme büyüklük gruplarında yer almaktadır (TUİK Haber Bülteni, Tarımsal İşletme Yapı Araştırması 2006).

Anket yapılan işletmelerin arazi dağılımları Türkiye geneli ile karşılaştırıldığında çok farklı bir yapı gözlenmemiştir.

**Çizelge 7.9. İşletmelerin Toplam Arazi Dağılımı**

| <b>İşlenen Toplam Arazi Dağılımı(da)</b> | <b>Oran(%)</b> |
|--|----------------|
| -5                                       | 7,6            |
| 5-9                                      | 4,2            |
| 10-19                                    | 8,5            |
| 20-49                                    | 33,1           |
| 50-99                                    | 21,2           |
| 100-199                                  | 17,8           |
| 200-499                                  | 6,8            |
| 500+                                     | 0,9            |
| Toplam                                   | 100,0          |

Araştırma kapsamında incelenen tarım işletmelerinin arazi parçalılık durumu dağılımı Çizelge 7.10'da verilmektedir. Buna göre işletmelerin %7,6'sı 1 parselden, %4,2'si 2 parselden, %5,1'i 3 parselden, %16,9'u 4-5 parselden, %31,4'ü 6-9 parselden ve %24,6'sı 10-15 parselden oluşmaktadır. İşletmelerin %10,2'si ise 16 ve üzeri parselden oluşmaktadır (Çizelge 7.10). Türkiye geneline bakıldığında isetarımsal işletmelerinin %10,2'si 1 parselden, %13,3'ü 2 parselden, %13,2'i 3 parselden, %21,6'sı 4-5 parselden, %21,3'ü 6-9 parselden ve %13,3'ü 10-15 parselden oluşmaktadır. İşletmelerin %26,9'u ise 16 ve üzeri parselden oluşmaktadır (Anonim 2006).

**Çizelge 7.10. İşletmelerin Parsel Sayısı Dağılımı**

| <b>Parsel Sayısı Dağılımı</b> | <b>Oran(%)</b> |
|-------------------------------|----------------|
| 1                             | 7,6            |
| 2                             | 4,2            |
| 3                             | 5,1            |
| 4-5                           | 16,9           |
| 6-9                           | 31,4           |
| 10-15                         | 24,6           |
| 16+                           | 10,2           |
| <b>Toplam</b>                 | <b>100,0</b>   |

Çizelge 7.11 ve Çizelge 7.12'ye göre tarım işletmelerinin yetiştirdikleri ürünler incelendiğinde işletmelerin %46,3'ünde ağırlıklı olarak buğday yetiştirilmektedir. Buğday ekilen arazi 4 ile 810 da arasında değişmekte olup işletmelerin buğday arazisi ortalaması 53,0 da olarak hesaplanmıştır.

Araştırma sahasında işletmeler tarafından en fazla yetiştirilen bir diğer ürün ise ayçiçeğidir (%27,2). Ayçiçeği yetiştirilen araziler 5 ile 152 da arasında değişmekte ve ortalamasının 42,4 da olduğu görülmektedir.

Tarım işletmelerinin %9,0'luk bir arazi kesiminde üzüm yetiştiriciliği yapıldığı, üzüm bağlarının 1 ile 85 da arasında değişen büyüklüklerde olduğu ve ortalamasının da 15,4 da olduğu görülmektedir.

Tarım işletmelerinin geriye kalan %17,5'luk arazi kesiminde meyve, zeytin, yem bitkisi, kiraz ve diğer ürünleri yetiştirdiği, bu alanların 1 ile 280 da arasında değişen büyüklüklerde olduğu görülmektedir.

**Çizelge 7.11. İşletmelerde Yetiştirilen Ürünler**

| <b>Yetiştirilen Ürünler</b> | <b>N</b> | <b>Minimum</b> | <b>Maksimum</b> | <b>Ortalama</b> | <b>Standart Sapma</b> |
|-----------------------------|----------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Buğday(da)                  | 79       | 4              | 810             | 53,0            | 94,42                 |
| Buğday(kg/da)               | 79       | 200            | 550             | 409,8           | 75,04                 |
| Ayçiçeği(da)                | 58       | 5              | 152             | 42,4            | 36,29                 |
| Ayçiçeği(kg/da)             | 58       | 70             | 250             | 193,6           | 39,69                 |
| Meyve(da)                   | 7        | 1              | 30              | 9,7             | 9,48                  |
| Meyve(kg/da)                | 5        | 400            | 2.000           | 1.080,0         | 576,19                |
| Zeytin(da)                  | 25       | 2              | 20              | 6,3             | 4,25                  |
| Zeytin(kg/da)               | 24       | 80             | 1.000           | 532,5           | 337,26                |
| Üzüm(da)                    | 53       | 1              | 85              | 15,4            | 14,49                 |
| Üzüm(kg/da)                 | 53       | 300            | 3.000           | 1.256,6         | 618,78                |
| Yem Bitkisi(da)             | 26       | 2              | 280             | 24,8            | 56,81                 |

|                    |    |     |       |       |          |
|--------------------|----|-----|-------|-------|----------|
| Yem Bitkisi(kg/da) | 25 | 150 | 3.000 | 606,0 | 546,83   |
| Diğer(da)          | 25 | 1   | 190   | 28,4  | 48,32    |
| Diğer(kg/da)       | 24 | 100 | 5.000 | 960,0 | 1.064,92 |

**Çizelge 7.12. İşletmelerde Yetiştirilen Ürünler**

| Yetiştirilen Ürünler | Dekar | Oran (%) |
|----------------------|-------|----------|
| Buğday               | 4186  | 46,3     |
| Ayçiçeği             | 2461  | 27,2     |
| Üzüm                 | 817   | 9,0      |
| Yem Bitkisi          | 645   | 7,1      |
| Zeytin               | 157   | 1,7      |
| Meyve                | 68    | 0,8      |
| Diğer                | 711   | 7,9      |
| Toplam               | 9045  | 100,0    |

Araştırma kapsamında tarım işletmelerinin hayvan varlığına ilişkin bilgiler de alınmıştır. Çizelge 7.13'te işletmelerin büyükbaş ve küçükbaş hayvan varlığıyla ilgili bilgiler yer almaktadır. Buna göre işletmelerin %46,6'sının süt sığırları yetiştiriciliği yaptığı ve işletmelerdeki süt sığırları sayısının 1 ile 30 adet arasında değiştiği görülmektedir. Bu işletmelerde yetiştirilen süt sığırları ortalaması 6 adettir. Süt sığırları varlığının parasal değeri incelendiğinde işletmelerin ortalama 24.700 TL'lik süt sığırları varlığına sahip olduğu görülmektedir.

Tarım işletmelerinin %29,7'sinde besi sığırları yetiştiriciliği yapılmaktadır. Bu işletmelerde ortalama olarak 5,1 adet besi sığırları yetiştirilmekte olup, 14.828 TL değere sahiptir.

İncelenen işletmelerde küçükbaş hayvan yetiştiriciliği de yapılmaktadır. İşletmelerin %11,0'inde koyun yetiştiriciliği yapılmakta, işletmelerdeki koyun sayısının 10 ile 250 adet arasında değiştiği görülmektedir. Koyun yetiştiriciliği yapan işletmelerdeki ortalama koyun varlığı 59,2'dir. Keçi yetiştiren işletmelerin oranı ise %7,6'dır.

İşletmelerin %4,2'sinin ise arı ve kümes hayvanları gibi diğer yetiştiricilik faaliyetleri yaptığı görülmektedir.

**Çizelge 7.13.** Hayvansal Üretim Dağılımı

| <b>Hayvansal Üretim</b> | <b>N</b> | <b>Minimum</b> | <b>Maksimum</b> | <b>Ortalama</b> | <b>Standart Sapma</b> |
|-------------------------|----------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Süt Sığırı(Adet)        | 55       | 1              | 30              | 6,0             | 5,15                  |
| Süt Sığırı(Değeri TL)   | 55       | 4.000          | 150.000         | 24.700,0        | 23.644,08             |
| Besi Sığırı(Adet)       | 35       | 1              | 30              | 5,1             | 4,88                  |
| Besi Sığırı(Değeri TL)  | 35       | 2.000          | 120.000         | 14.828,6        | 19.594,02             |
| Koyun(Adet)             | 13       | 10             | 250             | 59,2            | 67,48                 |
| Koyun(Değeri TL)        | 13       | 6.000          | 600.000         | 82.307,7        | 164.820,30            |
| Keçi(Adet)              | 9        | 8              | 140             | 59,8            | 58,95                 |
| Keçi(Değeri TL)         | 9        | 3.200          | 56.000          | 25.355,6        | 24.374,94             |
| Diğer(Adet)             | 5        | 4              | 120             | 39,2            | 46,40                 |
| Diğer(Değeri TL)        | 5        | 560            | 24.000          | 10.672,0        | 10.614,80             |

Tarım işletmelerinin sahip olduğu konutlarla ilgili bilgileri Çizelge 7.14'te verilmektedir. Buna göre işletmelerin %83,1'inin betonarme konuta sahip oldukları ve konut büyüklüklerinin 45 ile 200 m<sup>2</sup> arasında değiştiği görülmektedir. İşletmelerin ortalama betonarme konut büyüklüğünün 107,1 m<sup>2</sup> ve oda sayıları da 2 ile 12 arasında değişmektedir.

İşletmelerin %12,7'si de ahşap konuta sahiptir. Bu konutların ortalama büyüklüğü 73,0 m<sup>2</sup> olup, 40 ila 120 m<sup>2</sup> arasında değişmektedir

Geri kalan işletmelerde ise (%9,3) kerpiç konut bulunmaktadır. Bu konutların büyüklüğü 40-90 m<sup>2</sup> arasında değişmekte ve ortalama 67,3 m<sup>2</sup>'dir. Kerpiç konutların oda sayısı da 2 ile 5 arasındadır (Çizelge 7.14).

**Çizelge 7.14.** Konut İle İlgili Bilgiler

| <b>Konut İle İlgili Bilgiler</b>  | <b>N</b> | <b>Minimum</b> | <b>Maksimum</b> | <b>Ortalama</b> | <b>Standart Sapma</b> |
|-----------------------------------|----------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Betonarme Konut (m <sup>2</sup> ) | 98       | 45             | 200             | 107,1           | 29,79                 |
| Betonarme K.Oda Sayısı            | 98       | 2              | 12              | 4,3             | 1,36                  |
| Ahşap Konut (m <sup>2</sup> )     | 15       | 40             | 120             | 73,0            | 19,07                 |
| Ahşap K.Oda Sayısı                | 15       | 2              | 4               | 3,4             | 0,74                  |
| Kerpiç Konut (m <sup>2</sup> )    | 11       | 40             | 90              | 67,3            | 20,05                 |
| Kerpiç K.Oda Sayısı               | 11       | 2              | 5               | 3,1             | 0,83                  |

Çizelge 7.15'te görüldüğü gibi betonarme konuta sahip işletmelerin %94,9'unun tuvaletlerinin içeride, %5,1'inin tuvaletinin dışarıda olduğu görülmektedir. Ahşap konutların ise %33,3'ünün tuvaletlerinin içeride, %66,7'sinin tuvaletinin dışarıdadır. Kerpiç konuta sahip işletmelerin de %9,1'inin tuvaletlerinin içeride, %90,9'unun tuvaletinin dışarıda olduğu görülmektedir.



**Çizelge 7.15.** İşletmelerin Sahip Oldukları Konutlardaki Tuvalet Durumu

| <b>Tuvalet Durumu</b> | <b>Betonarme</b> | <b>Ahşap</b> | <b>Kerpiç</b> |
|-----------------------|------------------|--------------|---------------|
| İçeride               | 94,9             | 33,3         | 9,1           |
| Dışarıda              | 5,1              | 66,7         | 90,9          |
| Toplam                | 100,0            | 100,0        | 100,0         |

Betonarme konutların %93,9'unda misafir odası ayrı bir oda olarak bulunmaktadır. Ahşap konuta sahip işletmelerin ise %60,0'ında misafir odası bulunmaktadır. Kerpiç konutların da 36,4'ünde misafir odası bulunduğu, %63,6'ında ise misafir odası bulunmadığı görülmektedir (Çizelge 7.16).

**Çizelge 7.16.** İşletmelerin Sahip Oldukları Konutlardaki Misafir Odası Durumu

| <b>Misafir Odası Durumu</b> | <b>Betonarme</b> | <b>Ahşap</b> | <b>Kerpiç</b> |
|-----------------------------|------------------|--------------|---------------|
| Var                         | 93,9             | 60,0         | 36,4          |
| Yok                         | 6,1              | 40,0         | 63,6          |
| Toplam                      | 100,0            | 100,0        | 100,0         |

Çalışma kapsamında işletme sahiplerine turizm amaçlı ziyaretçi kabul edip edemeyecekleri sorulmuştur. Buna göre işletmelerin %56,8'i ziyaretçi kabul edebileceklerini belirtirken %43,2'si ise turist kabul etmeyeceklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 7.17).

**Çizelge 7.17.** Turizm ya da Gezi Amaçlı Ziyaretçi Kabul Edenler

| <b>İşletmenize turizm ya da gezi amaçlı ziyaretçi kabul eder misiniz?</b> | <b>Oran(%)</b> |
|---|----------------|
| Evet  | 56,8           |
| Hayır   | 43,2           |
| Toplam  | 100,0          |

Ziyaretçi kabul eden işletmelere ziyaretçi türüyle ilgili de düşünceleri sorulmuştur(Çizelge 7.18). Söz konusu işletmeler ziyaretçi tercihlerini ağırlıklı olarak ailelerden yana kullanmaktadır (%48,7). Çocuğu olmayan evli çiftleri tercih eden işletmelerin oranı %25,0 iken, çocuklu aileleri tercih eden işletmelerin oranı ise %23,7'dir (Çizelge 7.18).

İşletmelerin %15,1'i öğrencileri, %12,1'i yabancı turistleri, %8,2'si sadece bayan turistleri ve yine %8,2'si de sadece bay turistleri ağırlayabileceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca geri kalan (%7,8) işletme de bay ve bayan(birlikte yaşayan) turistleri misafir edebileceklerini

bildirmiştir (Çizelge 7.18).

**Çizelge 7.18.** İşletmelerin Hangi Turistleri Ağılayabileceği

| Turistler                      | Verilen Yanıtlar |          | Durumların Yüzdesi (%) |
|--------------------------------|------------------|----------|------------------------|
|                                | N                | Yüzde(%) |                        |
| Bay ve Bayan(Evli)             | 58               | 25,0     | 85,3                   |
| Çocuklu Aile                   | 55               | 23,7     | 80,9                   |
| Öğrenci                        | 35               | 15,1     | 51,5                   |
| Yabancı Turist                 | 28               | 12,1     | 41,2                   |
| Sadece Bayan Turist            | 19               | 8,2      | 27,9                   |
| Sadece Bay Turist              | 19               | 8,2      | 27,9                   |
| Bay ve Bayan(Birlikte Yaşayan) | 18               | 7,8      | 26,5                   |
| Toplam                         | 232              | 100,0    | 341,2                  |

İşletme sahiplerinin işletmelerinde turistleri kaç gün ağılayabilecekleri Çizelge 7.19’da verilmiştir. Buna göre işletmeler en fazla %51,5 oran ile işletmelerinde turistleri 7 gün ağılayabileceklerini bildirmişlerdir. Ayrıca işletme sahipleri %16,2 oranla turistleri 10 gün ve daha fazla sürede, %11,8 oranla 1 gün, %7,4 oranla 3 gün, %5,9 oranla 4 gün, %4,4 oranla 5 gün ve %2,9 oranla 2 gün turistleri ağılayabileceklerini bildirmişlerdir.

**Çizelge 7.19.** İşletmelerin Turistleri Kaç Gün Ağılayabilecekleri

| İşletmenizde turistleri kaç gün ağılayabilirsiniz? | Oran(%) |
|--|---------|
| 7 gün (1 hafta)                                    | 51,5    |
| 10 gün ve daha fazla                               | 16,2    |
| 1 gün  | 11,8    |
| 3 gün  | 7,4     |
| 2 gün  | 2,9     |
| 4 gün  | 5,9     |
| 5 gün  | 4,4     |
| Toplam   | 100,0   |

İşletme sahiplerinin ziyaretçi kabul edebilecekleri aylar ise Çizelge 7.20’de verilmiştir. İşletmeler en fazla Temmuz ve Ağustos aylarında (%16,4 ve %16,2) ziyaretçi kabul edebileceklerini bildirmişlerdir. Bunu %15,3’lük oranla Haziran ayı, %11,7’lik oranla Eylül ayı, %10,6’lık oranla Mayıs ayı, %6,7’lik oranla Ekim ayı, %4,5’luk oranlarla Nisan ve Kasım ayları, %3,6’lık oranlarla Aralık, Ocak ve Şubat ayları ve %3,3’lük oranla Mart ayı izlemiştir. Görüldüğü gibi kış ayları dışında işletmeler daha fazla ziyaretçi kabul edebilmektedirler.

**Çizelge 7.20.** İşletmelerin Hangi Aylarda Ziyaretçi Kabul Edebilecekleri

| Aylar   | Verilen Yanıtlar |          | Durumların Yüzdesi(%) |
|---------|------------------|----------|-----------------------|
|         | N                | Yüzde(%) |                       |
| Temmuz  | 59               | 16,4     | 86,8                  |
| Ağustos | 58               | 16,2     | 85,3                  |
| Haziran | 55               | 15,3     | 80,9                  |
| Eylül   | 42               | 11,7     | 61,8                  |
| Mayıs   | 38               | 10,6     | 55,9                  |
| Ekim    | 24               | 6,7      | 35,3                  |
| Nisan   | 16               | 4,5      | 23,5                  |
| Kasım   | 16               | 4,5      | 23,5                  |
| Aralık  | 13               | 3,6      | 19,1                  |
| Ocak    | 13               | 3,6      | 19,1                  |
| Şubat   | 13               | 3,6      | 19,1                  |
| Mart    | 12               | 3,3      | 17,6                  |
| Toplam  | 359              | 100,0    | 527,9                 |

İşletme sahiplerinin hangi günlerde ziyaretçi kabul edebilecekleri de sorulmuştur (Çizelge 7.21). Buna göre işletmelerin ziyaretçi kabul edebilecekleri haftanın günleri arasında çok fark bulunmamakla birlikte, işletmeler en fazla %14,4'lük oranla Cumartesi ve Pazar günlerini tercih etmişler, %14,2'lik oranla da haftanın diğer günlerini tercih etmişlerdir.

**Çizelge 7.21.** İşletmelerin Hangi Günlerde Ziyaretçi Kabul Edebilecekleri

| Günler    | Verilen Yanıtlar |          | Durumların Yüzdesi (%) |
|-----------|------------------|----------|------------------------|
|           | N                | Yüzde(%) |                        |
| Cumartesi | 68               | 14,4     | 100,0                  |
| Pazar     | 68               | 14,4     | 100,0                  |
| Pazartesi | 67               | 14,2     | 98,5                   |
| Salı      | 67               | 14,2     | 98,5                   |
| Çarşamba  | 67               | 14,2     | 98,5                   |
| Perşembe  | 67               | 14,2     | 98,5                   |
| Cuma      | 67               | 14,2     | 98,5                   |
| Toplam    | 471              | 100,0    | 692,6                  |

İşletmelerin turistler için sunabilecekleri hizmet dağılımı Çizelge 7.22'de verilmiştir. İşletmeler %65,5'i yatak ve kahvaltı hizmeti sunabileceklerini bildirmişlerdir. Bu oranı sırası ile %12,6 oranda Kır Evi, %9,2 oranda Kamp Alanı, %8,0 oranda Piknik Alanı ve %4,6 oranda diğer hizmet sunumları izlemektedir. İşletmeler söz konusu hizmetlerden bir ya da birden fazla sunabileceklerini belirtmişlerdir.

**Çizelge 7.22.** İşletmelerin Turistler İçin Sunabilecekleri Hizmet Dağılımı

| Hizmet            | Verilen Yanıtlar |          | Durumların Yüzdesi (%) |
|-------------------|------------------|----------|------------------------|
|                   | N                | Yüzde(%) |                        |
| Yatak ve Kahvaltı | 57               | 65,5     | 83,8                   |
| Kır Evi           | 11               | 12,6     | 16,2                   |
| Kamp Alanı        | 8                | 9,2      | 11,8                   |
| Piknik Alanı      | 7                | 8,0      | 10,3                   |
| Diğer             | 4                | 4,6      | 5,9                    |
| Toplam            | 87               | 100,0    | 127,9                  |

İşletmeler gelecek ziyaretçileri kendi evlerinde, köy kahvehanesinde, köy misafirhanesinde ve kamp alanlarında ağırlayabileceklerini belirtmişlerdir. Söz konusu işletmelerin %55,0'i gelen turistleri evinde konaklayabileceklerini ifade etmişlerdir. Günü birlik gelenler için ise köy kahvehanesinde konaklayabilme imkanı bulabilmektedir (Çizelge 7.23).

**Çizelge 7.23.** İşletmelerin Köye Gelecek Turistleri Ağırlayabilecekleri Yerler Dağılımı

| Ağırlama Yeri                  | Verilen Yanıtlar |          | Durumların Yüzdesi (%) |
|--------------------------------|------------------|----------|------------------------|
|                                | N                | Yüzde(%) |                        |
| Evimde                         | 60               | 55,0     | 88,2                   |
| Köy Kahvehanesinde(günübirlik) | 31               | 28,4     | 45,6                   |
| Kuracakları Çadırda            | 13               | 11,9     | 19,1                   |
| Köy Misafirhanesinde           | 5                | 4,6      | 7,4                    |
| Toplam                         | 109              | 100,0    | 160,3                  |

### **7.3. Üreticilere Göre Buldukları Bölgede Turistlerin İlgisini Çekebilecek Özellik ve Aktiviteler**

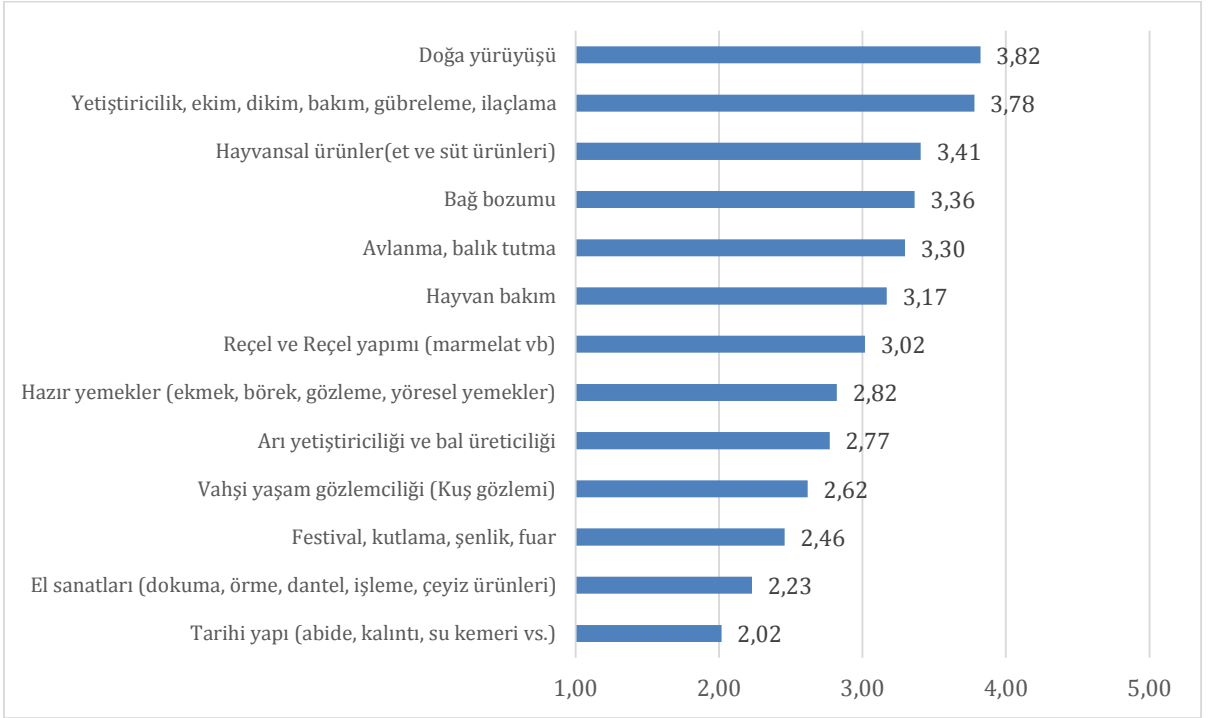
Bir bölgenin doğal ve kültürel yönden turistlerin ilgisini çekebilecek özelliklerinin bulunması turizm açısından önemlidir. Tarım turizmi kapsamında doğal güzelliklerini yanı sıra kırsal ve tarımsal yaşama ilişkin faaliyetlerin çeşitliliği de önem kazanmaktadır. Şehir yaşamından bunalan bireylerin kırsal alanlara olan talebi doğal alanların çekiciliği ile ivme kazanmakta, kırsal yaşam aktiviteleri ile de süreklilik arz etmektedir.

Tekirdağ ilindeki kırsal kesimin tarım turizmi potansiyelini ortaya koyabilmek için üreticilerin buldukları bölgenin ilgi çekebilecek özelliklerini çok iyi değerlendirmesi

gerekmektedir.

Bu amaçla anket çalışması ile kırsal kesimdeki üreticilere turistler açısından farkındalık yaratabilecek özellik ve aktiviteler sorulmuştur (Şekil 7.1). Özellik ve aktivitenin üreticinin bulunduğu yer için önem derecesi 5'li likert ölçeği (1:Hiç önemsiz, 2: Önemsiz, 3: Fikrim yok, 4: Önemli, 5: Çok Önemli) ile değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler aritmetik ortalamalardan yola çıkılarak yorumlanmıştır.

Bu kapsamda tarım turizmi açısından önemli olduğu düşünülen 13 özellik ve aktivite sorgulanmıştır. Her biri için üreticileri verdiği cevapların ortalaması alınarak grafiğe konulmuştur. Bu ortalamaların 1'e yakın olması özellik ve aktivitenin üreticinin gözünde hiç öneminin olmadığını, 3 olması o üreticinin kararsız kaldığını, 5'e yakın olması da üretici açısından çok önemli olması anlamına gelmektedir.



**Şekil 7.1.** Araştırma Alanında Turistlerin İlgisini Çekebilecek Özellik ve Aktiviteler

Şekil 7.1'den de anlaşılacağı üzere üreticiler kırsal alanların doğal güzelliklerini diğer tüm özellik ve aktivitelerden daha fazla önemsemekte ve turistlerin ilgisi çekebileceğini düşünmektedir. Doğa yürüyüşleri bu nedenle araştırma alanında üreticilerin en çok önemsendiği faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır (3,82).

Yetiştiricilik, ekim, dikim, bakım, gübreleme ve ilaçlama gibi tarımsal faaliyetler üreticiler tarafından ikinci sırada önemsenmektedir (3,78). Tarım turizmi açısından gelen

turistlere farkındalık yaratacak bu faaliyetler aynı zamanda tarımsal üretimin de temelini teşkil etmektedir. Turistlerin bu faaliyetlere katılması üreticilerce önemsenmektedir.

Üreticiler ayrıca et ve süt ürünleri gibi hayvansal ürünlerin üretimini (3,41) ve bağ bozumu (3,36) tarımsal faaliyetini de tarım turizmi açısından önemli görmektedir.

Araştırma sahasında bulunan tarihi yapılar, yörenin kültürünü yansıtan el sanatları ve festival, şenlik gibi kutlamalar üreticilerce, tarım turizmi açısından önemli olmadığı düşünülmektedir. Bunun sebebi araştırma sahasında ilgi ören kayda değer tarihi yapı bulunmamaktadır. El sanatları ise işlevini yitirdiği ve köyden kente göç olgusunedeniyle neredeyse bitme noktasına gelmiştir.Festival ve kutlamalar ise az sayıda köyde gerçekleşmekte ve yeterli tanıtım yapılamadığı için fazla ilgi görmemektedir.

Şekil 7.2'ye göre, üreticilerin %75,5'i(önemli ve çok önemli cevabını verenlerin toplamı) buldukları yöredeki abide, kalıntı, su kemeri vb. gibi tarihi yapıların tarım turizmi açısından önemsiz olduklarını düşünmektedirler. Ayrıca %74,6'sı yöredeki el sanatlarını, %68,7'si de festival, kutlama, şenlik fuar gibi aktiviteleri tarım turizmi yönünden önemli görmemektedir.

Tarım turizmine katkı yapabileceği düşünülen faaliyetler genellikle tarımsal üretim faaliyetleri olarak algılanmaktadır. Bölgenin doğa yürüyüşüne uyumlu yapısının olması üreticilerin yaklaşık %80'i tarafından tarım turizmini destekleyen bir özellik olarak görülmektedir. Ekim, dikim, bakım, gübreleme gibi bitkisel üretimi kapsayan faaliyetler üreticilerin %76,3'ü tarafından, süt, peynir, yoğurt, sucuk, kavurma gibi hayvansal ürünler üreticilerin yaklaşık %62'si tarafından önemli olarak görülmektedir (Şekil 7.2).

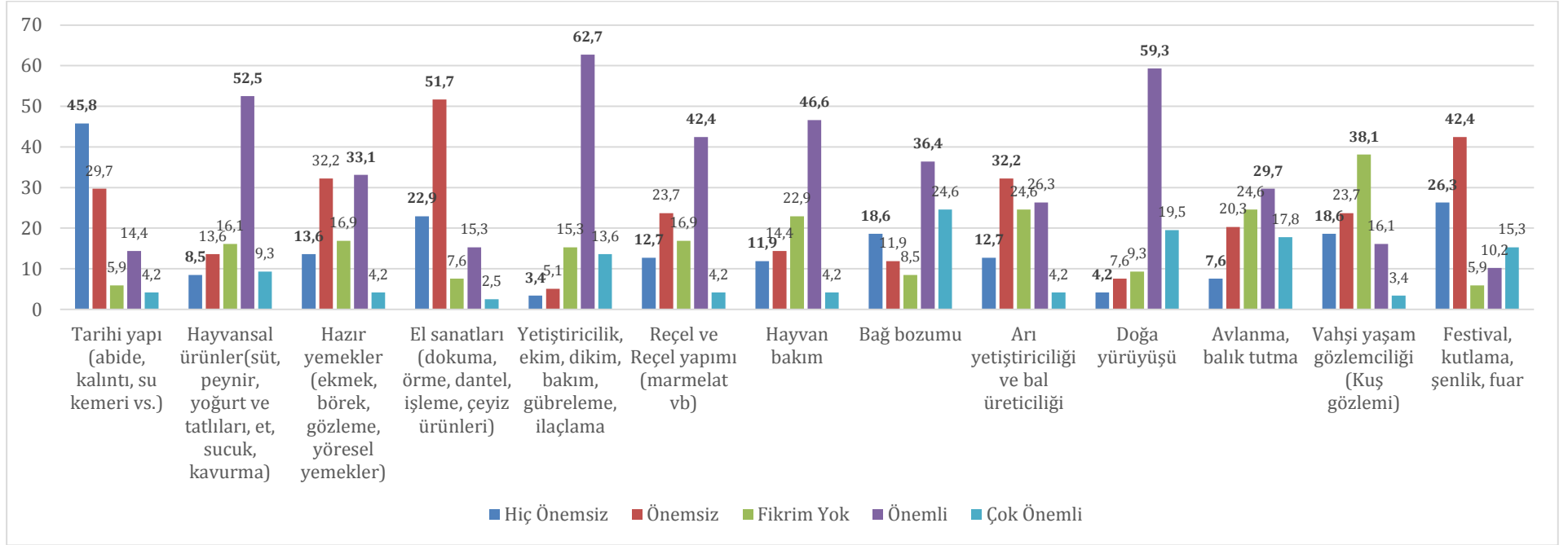
Hayvan bakımı ve reçel yapımı faaliyetlerini tarım turizmi açısından önemli gören üreticilerin oranı sırasıyla %50,8 ve %46,6'dır (Şekil 7.2).

Kuş gözlemciliğini de içine alan vahşi yaşam gözlemciliği faaliyetleri için üreticilerin %38,1'i her hangi bir fikir beyan etmemişlerdir (Şekil 7.2).

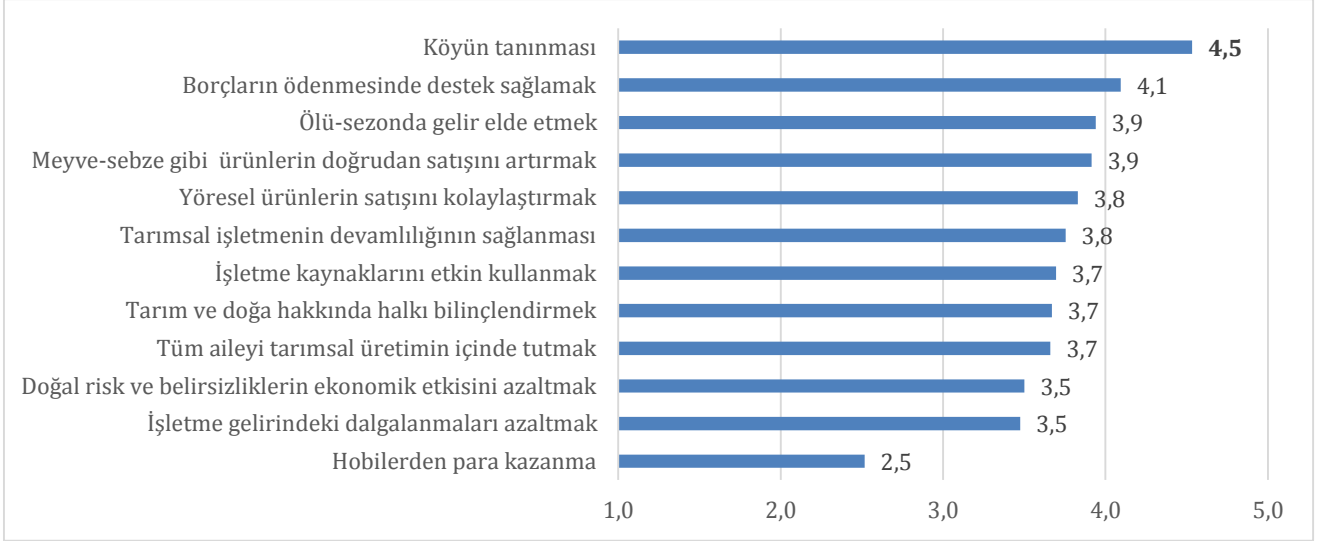
#### **7.4. Tarım Turizminin Fayda ve Amaçlarının Üreticilerce Değerlendirilmesi**

Tarım turizminin üreticilere ek gelir olanakları sağlamasının yanında işletme gelirinin tüm yıla yayılması, gelir düzensizliğinin önüne geçilmesi, ailenin istihdamının sağlanması gibi yararları da bulunmaktadır.

Tekirdağ ilindeki üreticilere tarım turizminin faydaları sıralanarak, kendileri için önem düzeyi sorulmuştur (Şekil 7.3). Tarım turizminin sağladığı faydaların üretici için önem derecesi 5'li likert ölçeği (1:Hiç önemsiz, 2: Önemsiz, 3: Fikrim yok, 4: Önemli, 5: Çok Önemli) ile değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler ortalama alınarak yorumlanmıştır.



**Şekil 7.2.** Üreticiler Açısından Buldukları Bölgedeki Çeşitli Faaliyetler ve Özelliklerin Tarım Turizmi İçin Önem Düzeyleri



**Şekil 7.3.** Tarım Turizminin Faydalarının Üreticilerce Değerlendirilmesi

Buna göre tarım turizminin işletmelere 12 çeşit fayda sağladığı düşünülerek üreticilere bu konudaki fikirleri sorulmuştur. Her biri için üreticilerin verdiği cevapların ortalaması alınarak grafiğe konulmuştur. Bu ortalamaların 1'e yakın olması söz konusu faydanın üreticinin bakış açısıyla hiç öneminin olmadığını, 3 olması o üreticinin kararsız kaldığını, 5'e yakın olması da üretici açısından çok önemli olması anlamına gelmektedir.

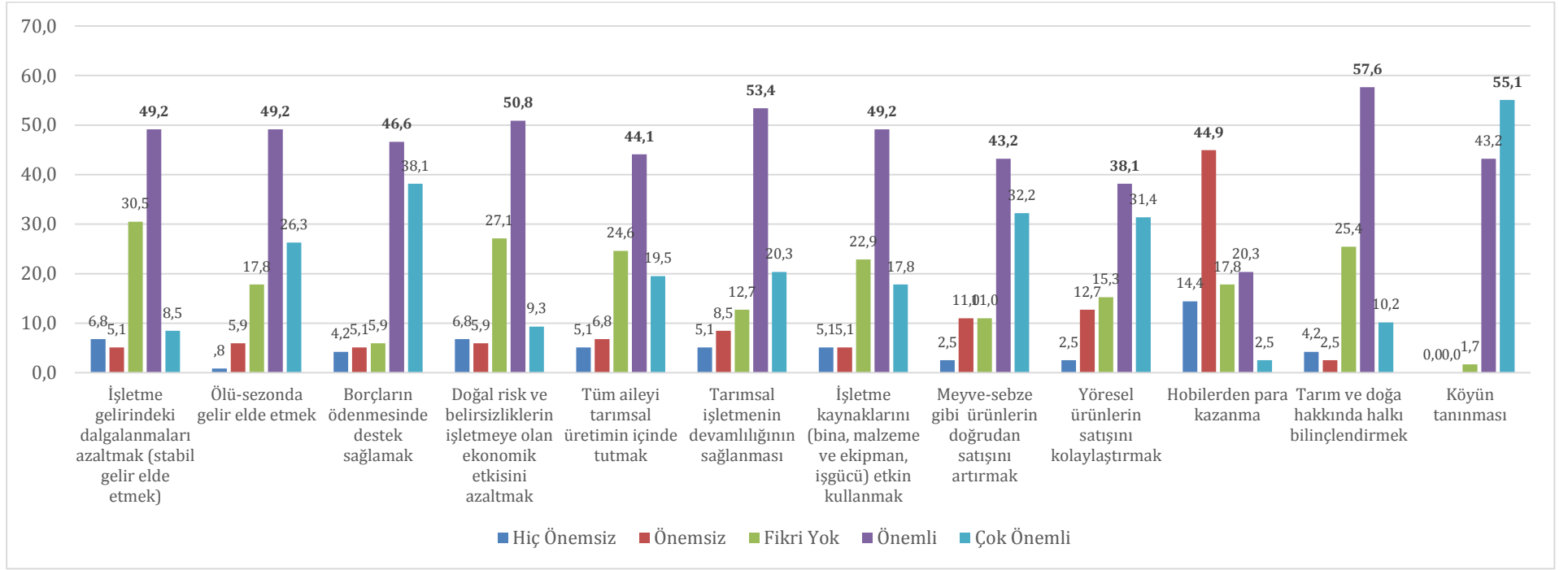
Şekil 7.3'ten de anlaşılacağı gibi tarım turizminin köyün tanınmasına olan faydası üreticilerce en yüksek önem derecesine sahiptir (4,5). Tarım turizmi sayesinde gelen turistlerin köyün tanınmasına sağlayacakları katkılar belirtilmiştir. Buradan yola çıkarak özellikle köye özgü faaliyetler ve ürünler daha geniş bir kitleye ulaştırılabilecektir.

Tarım turizminin borçların ödenmesine yönelik faydası da üreticiler tarafından önemli görülmüştür. Tarım kesimi düşük gelir seviyesine sahip olduğundan tarımsal üretimden doğan borçların ödenmesinde zaman zaman sıkıntılar yaşamaktadır. Bununla birlikte ölü sezon olarak tanımlanabilecek, bitkisel üretim faaliyetlerinden herhangi bir gelirin sağlanmadığı dönemde tarım turizmi ile üretici gelir imkanına kavuşmayı önemsemektedir.

Tarım turizminin yöreye özgü tarımsal ve kültürel ürünlerin satışına olan katkıları da üreticilerce oldukça önemlidir.

Tarım turizminin, işletme kaynaklarının etkin kullanılması, işletmenin devamlılığının sağlanması, ailenin istihdamına olan katkısı üreticilerce aynı önemde değerlendirilmektedir.





**Şekil 7.4.** Üreticilerin Verdikleri Cevaplara Göre Tarım Turizminin Faydalarının Önem düzeyi

Şekil 7.4'te Tekirdağ ilindeki üreticilerin verdikleri cevaplara göre tarım turizminin faydalarının önem düzeyleri gösterilmektedir. Anlaşılacağı üzere üreticilerin %98,3'ü (önemli ve çok önemli cevabını verenlerin toplamı) tarım turizminin en önemli faydasının “Köyün Tanınması” olduğunu belirtmiştir.

Üreticilerin %84,7'si de tarım turizminden “Borçların Ödenmesinde Destek Sağlamak” amaçlı faydalanabileceklerini ifade etmiştir.

“Ölü Sezonda Gelir Elde Etmek” üreticilerin %75,5'i tarafından önemli olarak belirtilen yararlardandır.

Tarım turizminin “İşletme Gelirindeki Dalgalanmaları Azaltmak” faydası üreticilerce tam olarak anlaşılmadığı görülmektedir. Üreticilerin %30,5'i bu konuda herhangi bir fikir beyan etmemiştir.

Çalışmada ayrıca tarım turizminin önemli görülebilecek 4 amacının üreticilerce önem sırasına göre sıralanması istenmiştir. Bu amaçlar “Gelirin artması”, “Üretimin ve istihdamın devamlılığı”, “Ürünlerin satışını kolaylaştırma”, “Bölgenin tanıtılması” olarak belirlenmiştir. Üreticilerin verdikleri cevaplar puanlanarak ağırlıklı ortalamaya göre sıralama yapılmıştır (Çizelge 7.24).

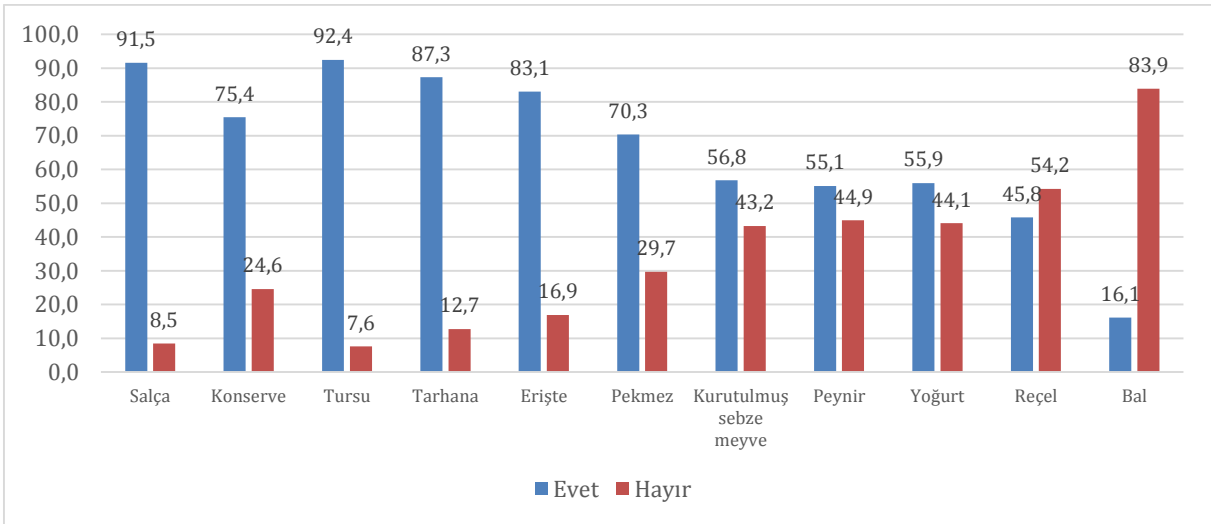
**Çizelge 7.24.** Tarım Turizminin Amaçlarının Üreticilerce Önem Sırası

| Önem Sırası<br>(aldığı puan)     | 1<br>(4 puan) | 2<br>(3 puan) | 3<br>(2 puan) | 4<br>(1 puan) | Toplam Puan                                 | Ağırlıklı<br>ortalama |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---|-----------------------|
|                                  | Frekanslar    |               |               |               | $\Sigma(\text{Frekans} \times \text{Puan})$ | Toplam puan / n       |
| Gelirin artması                  | 44            | 37            | 20            | 17            | 344   | 2,9                   |
| Üretimin devamlılığı             | 46            | 20            | 21            | 31            | 317   | 2,7                   |
| Ürünlerin satışını kolaylaştırma | 21            | 36            | 43            | 18            | 296   | 2,5                   |
| Bölgenin tanıtılması             | 7             | 25            | 34            | 52            | 223   | 1,9                   |
| N                                | 118           | 118           | 118           | 118           |   |                       |

Çizelge 7.24'e göre her bir önem sırası puanlandırılmıştır. Birinci sıraya 4 puan, ikinci sıraya 3 puan, üçüncü sıraya 2 puan ve dördüncü sıraya da 1 puan verilmiştir. Örneğin tarım turizminin “Gelirin artması” amacını üreticilerin 44'ü birinci sırada, 37'si ikinci sırada, 20'si üçüncü sırada ve 17'si de dördüncü sırada önemli görmüştür. Her bir sıranın puanı ve frekansları çarpımının toplamı o amacın toplam puanını oluşturmuştur  $((44 \times 4) + (37 \times 3) + (20 \times 2) + 17 \times 4) = 344$ . Toplam puanın cevap veren sayısına bölünmesi ile ağırlıklı ortalama bulunmuştur  $(344/118=2,9)$ .

Hesaplanan ağırlıklı puanlara göre tarım turizminin işletme gelirinin artırılmasına yönelik amacı birinci sırada yer almaktadır. Üretimin ve istihdamın devamlılığı ikinci sırada, ürünlerin satışını kolaylaştırma üçüncü sırada, bölgenin tanıtılması ise dördüncü sırada değerlendirilmiştir.

Buradan da anlaşılacağı üzere tarım turizminin en çok gelire olan olumlu etkisi üreticiler tarafından dikkate alınmaktadır. Tarım turizmi sayesinde üretimin ve istihdamın devamlılığı beklentisi de bir diğer önemli konudur. Özellikle aile bireylerinin istihdamını konu alan bu amaç üretime olan katkısıyla da öne çıkmaktadır. Yöresel ürünler genellikle işletme içinde tüketilmek amacıyla üretilmektedir. Tarım turizmi sayesinde üreticinin yaptığı bu faaliyetlerin ek gelir imkanına dönüşecek olması üreticilerce üçüncü sırada değerlendirilmiştir. Tarım turizminin bölgenin tanıtılması amacı diğer üç amaçtan farklı olarak algılanmış, daha çok tarım turizminin faydası olarak değerlendirilmiştir.



**Şekil 7.5.** Üreticilerin Tarımsal Faaliyetleri ile Elde Ettikleri Ürünler

Çalışmada bölgedeki üreticilerin çeşitli tarımsal faaliyetler sonucu ürettikleri ürünler ile ilgili de bilgi toplanmıştır. Şekil 7.5'te de görüldüğü gibi üreticilerin %91,5'i üretim sezonunda salça üretimi yapmaktadır. Bu oran turşuda %92,4'e çıkmaktadır. Tarhana, erişte, pekmez, konserve gibi ürünler üreticilerin öneli bir bölümü tarafından üretilmektedir. Yerel ürünler olarak değerlendirilebilecek olan bu ürünlerin üreticilerin önemli bir kısmı tarafından bilinmesi ve üretilmesi tarım turizmi için oldukça faydalı olacaktır.

Çizelge 7.25'te de bölgede üretilen ürünleri satışa sunan üreticilerin oranı görülmektedir. Peynir ve pekmez üreticilerin %5,9 ve %5,1'i tarafından satışa sunulmaktadır.

Diğer ürünlerde ise bu oran %3 ve altında kalmaktadır.

**Çizelge 7.25.** Bölgede Üretilen Ürünlerin Satışa Sunulma Oranı

| Ürünler                | Satışa Sunan Üretici Oranı (%) | Satmayan Üretici Oranı (%) | Toplam (%) |
|------------------------|--------------------------------|----------------------------|------------|
| Peynir                 | 5,9                            | 94,1                       | 100,0      |
| Pekmez                 | 5,1                            | 94,9                       | 100,0      |
| Tarhana                | 3,4                            | 96,6                       | 100,0      |
| Salça                  | 3,4                            | 96,6                       | 100,0      |
| Bal                    | 3,4                            | 96,6                       | 100,0      |
| Erişte                 | 2,5                            | 97,5                       | 100,0      |
| Yoğurt                 | 2,5                            | 97,5                       | 100,0      |
| Konserve               | 0,8                            | 99,2                       | 100,0      |
| Tursu                  | 0,8                            | 99,2                       | 100,0      |
| Kurutulmuş sebze meyve | 0,8                            | 99,2                       | 100,0      |
| Reçel                  | 0,0                            | 100,0                      | 100,0      |

Tarım turizmi açısından irdelendiğinde üreticilerin istekliliği önem arz etmektedir. Üretilen ürünler genelde işletme içinde tüketilmesine rağmen üreticilerin bir kısmı ürünleri satma yönünde eğilime sahiptir. Ürüne göre değişen bu eğilim eriştelerde %27,1, tarhanada %26,3 ve pekmezde %22,9'dur. Üreticiler bu ürünlerin kırsal kesime özgü ve tarım turizmi açısından önemli olabileceği konusunda hemfikirdirler (Çizelge 7.26).

**Çizelge 7.26.** Üretilen Ürünleri Satmaya İstekli Üreticilerin Oranı

|                        | Satmaya İstekli Üreticilerin Oranı (%) | İstekli Olmayan Üreticilerin Oranı (%) | Toplam |
|------------------------|--|--|--------|
| Erişte                 | 27,1                                   | 72,9                                   | 100,0  |
| Tarhana                | 26,3                                   | 73,7                                   | 100,0  |
| Pekmez                 | 22,9                                   | 77,1                                   | 100,0  |
| Tursu                  | 20,3                                   | 79,7                                   | 100,0  |
| Peynir                 | 20,3                                   | 79,7                                   | 100,0  |
| Salça                  | 19,5                                   | 80,5                                   | 100,0  |
| Yoğurt                 | 18,6                                   | 81,4                                   | 100,0  |
| Kurutulmuş sebze meyve | 16,1                                   | 83,9                                   | 100,0  |
| Konserve               | 15,3                                   | 84,7                                   | 100,0  |
| Reçel                  | 9,3                                    | 90,7                                   | 100,0  |
| Bal                    | 5,1                                    | 94,9                                   | 100,0  |

## 7.5. Tekirdağ İlinde Tarım Turizminin Gelişmeme Nedenleri (Bulanık Eşli Karşılaştırma)

Çalışmada, tarım turizminin bölgede gelişmemesinin nedenleri incelenmiştir. Ön çalışmalardan elde edilen olası nedenlerin, öncelik ve birbirlerine kıyasla ağırlıklarının belirlenmesi daha doğru bir sıralama vereceği düşünülmüştür. Bu bağlamda, Bulanık Eşli Karşılaştırma (BEK) yönteminden yararlanılmıştır. Bölgede tarım turizminin gelişmemesine etkili olabilecek faktörler şu şekilde belirlenmiştir.

- **Kapalı Aile Yapısı:** Kırsal kesimde gelenek ve göreneklerimizden kaynaklanan alışkinlar nedeniyle misafirin özel bir yeri vardır. Bununla birlikte kırsal kesimde, turist olarak niteleyebileceğimiz kitleye karşı da çekincelerini ifade eden bir yapı da karşımıza çıkmaktadır. Burada, gelen turistlerin sosyal ve kültürel davranışlarına karşı geliştirilen bir korumacılık da görülmektedir.
- **Üreticilerin Risk Almaması:** Tarım işletmeleri genellikle gelir düzeyleri düşük olan işletmelerdir. Gelirlerinin önemli bir kısmını tekrar tarımsal üretimde kullanmaktadırlar. Bu nedenle tarım turizmi amacıyla yapılacak yatırımlar işletmenin sürdürülebilirliğini tehlikeye düşürecek boyutlara ulaşabilmektedir. Üreticilerin bu ve benzeri riskleri almak istememesi olarak açıklanabilmektedir.
- **Bilgi Eksikliği:** Tarım turizmi, Türkiye’de uygulama alanları sınırlı ve oldukça yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerek literatür gerekse uygulama örneklerinin azlığı konunun kırsal kesimdeki üreticilerce anlaşılmasını sınırlandırmaktadır.
- **Tanıtım Eksikliği:** Kırsal kesimde turistlerin ilgisini çekebilecek özelliklerin öne çıkarılabilmesi ancak etkili bir tanıtımla ve reklamlarla olabilmektedir. Tarımsal üreticinin bu tür reklam ve tanıtım çalışmalarında bulunacak maddi olanakları oldukça kısıtlıdır. Bu tür çalışmaların yapılamaması üreticilerde tarım turizmi ile ilgili çekince oluşturmaktadır.
- **Altyapı Eksikliği:** Tarım turizmi, turistlerin tarımsal faaliyetlere bizzat katılımını öngören bir turizm çeşidi olduğundan bunun gerçekleşebilmesi bir takım altyapı imkanlarının olmasına bağlıdır. Özellikle turistler tarafından ilgi duyulabilecek tarımsal faaliyetlerin uzun bir zamana yayılması konaklama,

yemek, vb gibi olanakların varlığına bağlıdır. İşletmelerde bu tür altyapıların sağlanma durumu başarıyı etkileyecektir.

Bu faktörler anket yoluyla üreticilere sorularak, verilen yanıtların BEK yöntemi ile analizi sonucunda elde edilen tanımlayıcı istatistikler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Çizelge7.27.** Tekirdağ İlinde Tarım Turizminin Gelişmeme Nedenleri ve Ağırlıkları

| <b>Faktörler</b>           | <b>Ortalama</b> | <b>Standart Sapma</b> | <b>Enküçük</b> | <b>Enbüyük</b> |
|----------------------------|-----------------|-----------------------|----------------|----------------|
| Altyapı Eksikliği          | <b>0.6263</b>   | 0.2135                | 0.1000         | 1.0000         |
| Tanıtım Eksikliği          | <b>0.5078</b>   | 0.1945                | 0.1724         | 0.9293         |
| Bilgi Eksikliği            | <b>0.3897</b>   | 0.1403                | 0.0972         | 0.8064         |
| Üreticilerin Risk Almaması | <b>0.3887</b>   | 0.1617                | 0.0487         | 0.9293         |
| Kapalı Aile Yapısı         | <b>0.3506</b>   | 0.2118                | 0.0000         | 1.0000         |

*Kruskal-Wallis Test, Chisquare(0.05,4)= 9.48773H =122.528295*

Sonuç olarak, yapılan analiz istatistiki olarak anlamlıdır. Kruskal-Wallis testi sonucuna göre bölgede tarım turizminin gelişmemesinin nedenleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır. Ankete katılan tarımsal üreticilere göre tarım turizminin gelişmemesinin en önemli etkeni altyapı eksikliği (0.63) olarak belirlenmiştir. Ardından Tanıtım eksikliği (0.51), bilgi eksikliği (0.39) ve üreticinin risk almaması (0.39) gelirken, son sırayı ise kapalı aile yapısı (0.35) almaktadır.

Sonuçlardan anlaşılacağı üzere Tekirdağ ilindeki tarımsal üreticiler, tarım turizmi kapsamında gelmesi muhtemel olan turistler için gerekli olan altyapı olanaklarının yetersizliğinden sıkıntı duymaktadırlar. Özellikle konaklama üzerinde yoğunlaşan bu çekinceler tarımsal üretimde turistlerden faydalanma olanaklarına da etkili olmaktadır. Kırsal kesimde turistlerin ilgisini çekebilecek yöresel ürünlerin sergilenmesine imkan veren olanakların olmaması ya da yetersiz olması üreticilerin tarım turizmine yaklaşımını etkilemektedir.

Kırsal kesimin öne çıkan özelliklerinin bundan yararlanmak isteyen kesime ulaştırılabilmesi tarım turizmin başarısını artıran faktörlerin başında gelmektedir. Yöreye özel yemekler, geleneksel ürünler, uygulanan tarım sistemleri, yetiştirme teknikleri gibi tarım turistlerinin ilgisini çekebilecek aktivitelerin çeşitli tanıtım araçları kullanılarak duyurulması

gerekmektedir. Hatta bazı durumlarda çeşitli sivil toplum kuruluşları, kulüpler vasıtasıyla tarımsal alanlara yapılacak turlar bu turizm türüne fayda sağlamaktadır. Üreticilerin bu tür çalışmalara ayıracak gerek zaman gerekse de maddi olanaklarının sınırlı olması tarım turizminden faydalanmalarını da etkileyebilmektedir.

Kırsal kesimdeki üreticiler yoğun olarak tarımsal üretimle uğraştıklarından tarım turizmi gibi bilgi ve deneyim gerektiren faaliyetlere yönelmekte zorlanmaktadırlar. Tarım turizmine yönelik tarımsal faaliyetlerin seçimi, gelen turistlerin ağırlanmasıyla ilgili bilgi ihtiyacı, tarımsal faaliyetlerin turistlere aktarılabilir düzeyde plan ve program içerisinde yürütülmesi ancak yeterli bilgi düzeyi ile gerçekleşmektedir. Üreticilerin bu konuda üniversiteler, kalkınma ajansları gibi kurumlardan faydalanmaları tarım turizminin önünü açabilecektir.

Tekirdağ ilindeki üreticiler bölgede tarım turizminin gelişmemesinin nedeni olarak kapalı aile yapısını en son faktör olarak değerlendirmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere misafir kültürüne alışkın kırsal yaşam, tarım turistlerine de sıcak bakmaktadır. Üreticiler sadece yörenin kültürel, dini ve sosyal yapısına uygun olmayan turistik faaliyetler konusunda endişe duymaktadır. Araştırma sonuçlarından da anlaşılacağı üzere bölgedeki üreticiler en çok aileleri misafir edebileceklerini belirtmişlerdir.

## **7.6. Üreticilerin Tarım Turizmi Amaçlarını Algılama Düzeyi**

Araştırma kapsamında bölgedeki üreticilerin tarım turizminin amaçlarını algılama şekli de incelenmiştir. Bunun için çok boyutlu ölçekleme analizinden yararlanılmıştır. Anket formunda üreticilere Çizelge 7.28.'de belirtilen amaçların önem derecesi (1:Hiç önemsiz, 2: Önemsiz, 3:Nötr, 4: Önemli, 5:Çok önemli) sorulmuştur. Buna göre en yüksek 4,534'lük ortalama ile "Köyün tanınması" çıkmıştır. Bunu 4,093'lük ortalama ile "Borçların ödenmesinde destek sağlamak", 3,941 ortalama ile "Doğal risk ve belirsizliklerin işletmeye olan ekonomik etkisini azaltmak", 3,915 ortalama ile "Tüm aileyi tarımsal üretimin içinde tutmak", 3,831 ortalama ile "Tarımsal işletmenin devamlılığının sağlanması", 3,695 ortalama ile "Yöresel ürünlerin satışını kolaylaştırmak", 3,669 ortalama ile "Tarım ve doğa hakkında halkı bilinçlendirmek", 3,661 ortalama ile "İşletme kaynaklarını (bina, malzeme ve ekipman, işgücü) etkin kullanmak", 3,500 ortalama ile "Ölü-sezonda gelir elde etmek", 3,475 ortalama ile "İşletme gelirindeki dalgalanmaları azaltmak (stabil gelir elde etmek)" ve 2,517 ortalama ile "Hobilerden para kazanma" izlemiştir.

**Çizelge 7.28.** Tarım Turizmi Amaçları

| <b>Kod</b> | <b>Amaç</b>  | <b>Ortalama</b> | <b>Standart Sapma</b> |
|------------|--|-----------------|-----------------------|
| K122       | İşletme gelirindeki dalgalanmaları azaltmak (stabil gelir elde etmek)    | 3,475           | 0,9671                |
| K123       | Doğal risk ve belirsizliklerin işletmeye olan ekonomik etkisini azaltmak | 3,941           | 0,8701                |
| K124       | Borçların ödenmesinde destek sağlamak                                    | 4,093           | 1,0126                |
| K125       | Ölü-sezonda gelir elde etmek   | 3,500           | 0,9849                |
| K126       | İşletme kaynaklarını (bina, malzeme ve ekipman, işgücü) etkin kullanmak  | 3,661           | 1,0313                |
| K128       | Yöresel ürünlerin satışını kolaylaştırmak                                | 3,695           | 0,9915                |
| K129       | Tüm aileyi tarımsal üretimin içinde tutmak                               | 3,915           | 1,0507                |
| K130       | Tarımsal işletmenin devamlılığının sağlanması                            | 3,831           | 1,0884                |
| K131       | Hobilerden para kazanma  | 2,517           | 1,0519                |
| K132       | Tarım ve doğa hakkında halkı bilinçlendirmek                             | 3,669           | 0,8579                |
| K133       | Köyün tanınması  | 4,534           | 0,5340                |

Çizelge 7.29'da ankette sunulan yargılara ilişkin oluşturulan ölçeğin güvenilirliği Cronbach's Alpha ile ölçülmüştür. Hesaplanan 0,774 değeri verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir.

**Çizelge 7.29.** Güvenilirlik Analizi

| <b>Cronbach's Alpha</b> | <b>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</b> | <b>N of Items</b> |
|-------------------------|---|-------------------|
| .774                    | .779  | 11                |

Elde edilen verilere “Çok boyutlu ölçekleme analizi” (ALSCAL çok boyutlu yöntemi) uygulanarak üreticilerin yargıları konumlandırılmıştır. Veri tipine göre “Öklit” modeli kullanılmıştır. İki boyutlu çözüm için Young's S-stress yararlanılmış, S-stress değeri 0,001'den küçük olduğunda iterasyonlar durdurulmuştur (Çizelge 7.30).

**Çizelge 7.30.** İterasyon Geçmişi

| <b>İterasyon</b> | <b>S-stress</b> | <b>Gelişme</b> |
|------------------|-----------------|----------------|
| 1                | .13968          |                |
| 2                | .10085          | .03883         |



|                    |        |        |
|--------------------|--------|--------|
| 3                  | .08530 | .01555 |
| 4                  | .07679 | .00851 |
| 5                  | .07260 | .00419 |
| 6                  | .06965 | .00295 |
| 7                  | .06713 | .00252 |
| 8                  | .06485 | .00228 |
| 9                  | .06280 | .00205 |
| 10                 | .06092 | .00188 |
| 11                 | .05911 | .00181 |
| 12                 | .05734 | .00176 |
| 13                 | .05562 | .00172 |
| 14                 | .05395 | .00167 |
| 15                 | .05232 | .00163 |
| 16                 | .05074 | .00159 |
| 17                 | .04919 | .00154 |
| 18                 | .04770 | .00150 |
| 19                 | .04624 | .00146 |
| 20                 | .04483 | .00141 |
| 21                 | .04345 | .00137 |
| 22                 | .04212 | .00133 |
| 23                 | .04083 | .00129 |
| 24                 | .03958 | .00125 |
| 25                 | .03837 | .00121 |
| 26                 | .03719 | .00117 |
| 27                 | .03605 | .00114 |
| 28                 | .03495 | .00110 |
| 29                 | .03389 | .00106 |
| 30                 | .03286 | .00103 |
| Stress İstatistiği | .07871 |        |
| RSQ                | .98554 |        |

Değişkenlere göre uzaklık matrisinin hesaplandığı analizde 30 iterasyon gerçekleştirilmiştir. Stress istatistiği 0,07871ve uyumluluk seviyesi “iyi” uyum olarak

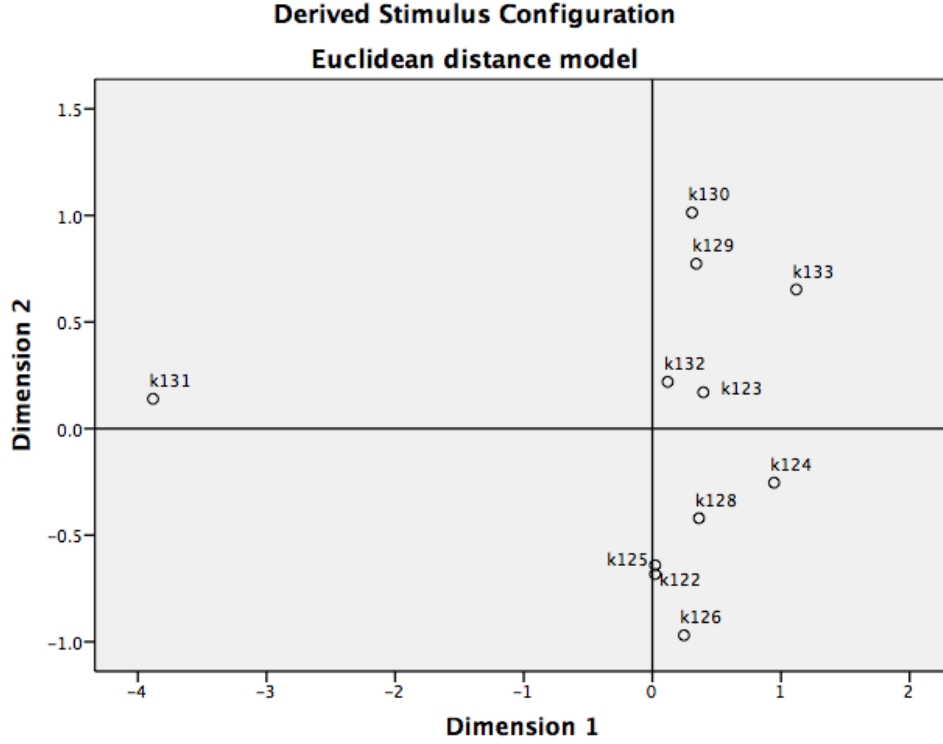
çıkıştır. Stress değeri Kruskal's formülüne göre hesaplanarak 0.98554 bulunmuştur. Kruskal stress istatistiği; veri uzaklıkları ile konfigürasyon uzaklıkları arasındaki uygunluğu ifade ettiğinden k=2 boyut için stress değeri, verileri 0.98554 oranında açıklamaktadır.

Değişkenlerin 2 boyuttaki koordinatları “Ortak Uzay Koordinatları” çizelgesinde verilmektedir (Çizelge 7.31). Buna göre birincil boyutta “Köyün tanınması” değişkeni pozitif ve 1'in üzerinde değere sahiptir. Söz konusu bu değişken, üreticilerin tarım turizmine yaklaşımlarındaki en önemli amacı ifade etmektedir. “Hobilerden para kazanma” amacına üreticilerin ortalama 2,517 ile katılmadıklarını belirtmeleri tarım turizmini hobi olarak görmediklerini ifade etmektedir.

İkinci boyutun 1'in üzerindeki pozitif değerli yargısı “Tarımsal işletmenin devamlılığının sağlanması” olmaktadır. Bu yargıya üreticiler 3,831 ortalama ile katıldıklarını belirtmeleri tarım turizminin işletme özelinde önemli bir kırsal kalkınma aracı olduğunun göstergesidir.

**Çizelge 7.31. Ortak Uzay Koordinatları**

| No | Nesne | Boyut   |         |
|----|-------|---------|---------|
|    |       | 1       | 2       |
| 1  | K122  | 0.0216  | -0.6411 |
| 2  | K123  | 0.3962  | 0.1702  |
| 3  | K124  | 0.9464  | -0.2540 |
| 4  | K125  | 0.0213  | -0.6829 |
| 5  | K126  | 0.2458  | -0.9698 |
| 6  | K128  | 0.3625  | -0.4205 |
| 7  | K129  | 0.3413  | 0.7734  |
| 8  | K130  | 0.3087  | 1.0131  |
| 9  | K131  | -3.8821 | 0.1397  |
| 10 | K132  | 0.1192  | 0.2194  |
| 11 | K133  | 1.1190  | 0.6525  |



**Şekil 7.6.** Tarım Turizmi Amaçlarının Üreticiler Tarafından Algılanma Durumu

Şekil 7.6'dan da görüleceği genel itibarıyla bakıldığında işletmenin devamlılığının sağlanması, istihdam olanağı yaratması, risk ve belirsizliklere karşı güvence olması, işletmede üretilen ürünlere satış olanağı sağlaması üreticilerce benzer olarak algılanmaktadır.

Algı haritasının boyutları adlandırıldığında birinci boyutun negatif tarafı üreticilerce tarım turizminin önemsiz görülen amaçlarını, pozitif tarafı ise önemli görülen amaçlarını ifade etmektedir. İkinci boyutun negatif tarafı; işletme özelinde değerlendirilen amaçları, pozitif tarafı ise genel amaçları ifade etmektedir.

Buna göre tarım turizminin “hobilerden para kazanmak (K131)” amacı üreticilerce genel bir amaç olarak algılanmakla beraber diğer amaçlarına göre önem düzeyi düşüktür.

Algı haritasına göre “Köyün tanınması (K133)” üreticilerce tarım turizminin genel ve önem düzeyi yüksek olan amaçlarından. Tarım turizminin köyün tanınmasına yapacağı katkı diğer tüm amaçlarına da hizmet edebilecek düzeydedir. “Tarımsal işletmenin devamlılığının sağlanması (K130)”, “Tüm aileyi tarımsal üretimin içinde tutmak (K129)”, “Tarım ve doğa hakkında halkı bilinçlendirmek (K132)”, “Doğal risk ve belirsizliklerin işletmeye olan ekonomik etkisini azaltmak (K123)” gibi amaçlar üreticilerce çeşitli önem düzeylerine sahip genel olarak nitelendirilebilecek amaçlardandır. Üreticilerde, tarım turizmi sayesinde ülke ve bölge tarımının önemli sorunlarının (genç nüfusun göçü, finansman

yetersizliği, artan doğal afetlere karşı risk yönetimi) giderilebileceği düşünülmektedir

Benzer şekilde ‘‘Borçların ödenmesine destek sağlamak (K124)’’ üreticiler tarafından işletme özelinde ve önemli görülen bir amaçtır. Borç yönetimini işletmelerin sürdürülebilirliği ile ilişkilendirdiğimizde önemli bir stratejidir.

## 8. SONUÇ ve ÖNERİLER

Kırsal kesimde yaşayan insanların gelir ve refah düzeyini yükseltmek, köyden kente göç etmesini engellemek, kent ve kırsal alan arasındaki mevcut sosyal, kültürel dengesizlikleri azaltmak için son yıllarda ülkeler kırsal kalkınma politikalarına önem vermeye başlamıştır. Bu bakımdan Türkiye’de gelişme gösteren kırsal turizm, eko turizm ve tarım turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri kırsal kalkınma politikaları bakımından önem arz etmektedir.

Kırsal turizmin kapsadığı tarım turizmi, tarımsal amaçlı kullanılan alanlara ziyaretçi çekmek için yapılan uygulamalar olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda tarım turizmi, küçük aile işletmelerinin tarımsal gelirlerini artırmak için dikkate alınması gereken bir seçenek olarak görülmektedir.

Tarım turizmi, işletmedeki aile üyeleri için istihdam fırsatı sağlamakta ve ailenin gelire katkısını artırmaktadır. Birçok üretici için tarım turizminin en faydalı yanlarından biri de kuşkusuz “tarım”ın tam anlamıyla ne olduğunun tüketicilere anlatma fırsatı sağlamasıdır.

Tarım turizmi daha önce köy yaşamı ile tanışmamış kentlerde yaşayan bireylerin köy yaşamı, bitkisel ve hayvansal üretim hakkında fikir sahibi olmalarını sağlamaktadır. Daha önce köy yaşamı ile tanışmış kentlilerin ise özlem gidermelerine ve anılarını tazelemelerine yardımcı olmaktadır.

Tarım turizmi sayesinde şehirlerde yaşayanlar doğayı, doğal yaşamı, çiftlik hayvanlarını, bitkisel ürünleri, yerel ürünleri yakından tanıma fırsatı bulmaktadırlar, ayrıca yapılan etkinliklerin bizzat içerisine girerek daha fazla tad almaktadırlar. Tüm bu faaliyetler, bireylere doğal kaynakların gelecek nesillere aktarılması konusunda önemli tecrübeler sağlamaktadır. Küçük yaşta tarım ve doğa temelli bir yaşam ile tanışan çocuklar da gelecekte bu kaynakların korunmasında etkin rol oynayabileceklerdir.

Yapılan bu çalışmada kitle turizmi ve alternatif turizm çeşitleri tanımlanmış, sınıflandırılmış ve kırsal turizm ve tarım turizmi hakkında daha detaylı bilgiler verilmiştir. Tekirdağ İlinin tarım turizmi açısından potansiyel varlığı anlaşılmaya çalışılmış, öne çıkan değerleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bölge için yapılmış benzer akademik çalışmalar araştırılmış, ayrıca yerel halkın turistlere ve turizm faaliyetlerine katılma konusunda bakış açıları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Yapılan anket çalışmasından elde edilen sonuçlara göre işletmelerin yaklaşık % 57’sinin turizm amaçlı ziyaretçi kabul edebilecekleri anlaşılmaktadır. Bu % 57’lik kesimin ziyaretçi tercihleri sorulduğunda ise yaklaşık % 49’u aileleri misafir olarak ağırlamak

istediğini % 52'si turistleri 7 gün ağırlayabileceklerini belirtmiştir. İşletme sahiplerinin çoğu ziyaretçileri bahar ve yaz aylarında kabul edebileceklerini bildirmişler ve işletme sahiplerinin neredeyse hepsi haftanın her günü ziyaretçi kabul edebileceklerini bildirmişlerdir.

Ziyaretçi kabul edebilecek işletmelerin % 55'i turistleri evinde ağırlayabileceğini % 66'sı da yatak ve kahvaltı hizmeti verebileceğini ifade etmiştir. Üreticiler tarım turizmi açısından önemli olduğu düşünülen özellik ve aktivitelerden doğa yürüyüşü ve tarımsal yetiştiriciliğinden diğer seçeneklere göre daha önemli olduğunu değerlendirmişlerdir.

Tarım turizminin sağladığı faydaların üretici için önem derecesi araştırıldığında "köyün tanınması" kriteri en büyük önem derecesinde çıkmış bunu "borçların ödenmesinde destek sağlamak" kriterinin izlediği görülmüştür. Tarım turizminin amaçlarının üreticilerce önem sıralamasında ise "gelirin artması" en önemli sırada çıkmıştır.

Araştırma bulgularından bir diğeri de, Bulanık Eşli Karşılaştırma Yöntemi ile Tekirdağ ilinde tarım turizminin gelişmeme nedenlerinin incelenmesidir. Buna göre tarım turizminin gelişmemesinin önemli etkenlerinden Altyapı Eksikliği, Tanıtım Eksikliği, Bilgi Eksikliği, Üreticinin Risk Almaması ve Kapalı Aile Yapısı karşılaştırılmıştır. Analiz sonucunda tarım turizminin gelişmemesinin en önemli etkeni olarak Altyapı Eksikliği bulunmuştur. Bunu önemli bir derece ile Tanıtım Eksikliğinin takip ettiği bulunmuştur. Geriye kalan Bilgi Eksikliği, Üreticinin Risk Almaması ve Kapalı Aile Yapısı etkenlerinin önem derecesinin bir birine yakın olduğu tesbit edilmiştir.

Sonuçlardan anlaşılacağı üzere Tekirdağ ilindeki tarımsal üreticiler, tarım turizmi kapsamında gelmesi muhtemel olan turistler için gerekli olan altyapı olanaklarının yetersizliğinden sıkıntı duymaktadırlar. Özellikle konaklama üzerinde yoğunlaşan bu çekinceler tarımsal üretimde turistlerden faydalanma olanaklarına da etkili olmaktadır. Kırsal kesimde turistlerin ilgisini çekebilecek yöresel ürünlerin sergilenmesine imkan veren olanakların olmaması ya da yetersiz olması üreticilerin tarım turizmine yaklaşımını etkilemektedir.

Kırsal kesimin öne çıkan özelliklerinin bundan yararlanmak isteyen kesime ulaştırılabilmesi tarım turizmin başarısını artıran faktörlerin başında gelmektedir. Yöreye özel yemekler, geleneksel ürünler, uygulanan tarım sistemleri, yetiştirme teknikleri gibi tarım turistlerinin ilgisini çekebilecek aktivitelerin çeşitli tanıtım araçları kullanılarak duyurulması gerekmektedir. Hatta bazı durumlarda çeşitli sivil toplum kuruluşları, kulüpler vasıtasıyla tarımsal alanlara yapılacak turlar bu turizm türüne fayda sağlamaktadır. Üreticilerin bu tür çalışmalara ayıracak gerek zaman gerekse de maddi olanaklarının sınırlı olması tarım

turizminden faydalanmalarını da etkileyebilmektedir.

Kırsal kesimdeki üreticiler yoğun olarak tarımsal üretimle uğraştıklarından tarım turizmi gibi bilgi ve deneyim gerektiren faaliyetlere yönelmekte zorlanmaktadırlar. Tarım turizmine yönelik tarımsal faaliyetlerin seçimi, gelen turistlerin ağırlanmasıyla ilgili bilgi ihtiyacı, tarımsal faaliyetlerin turistlere aktarılabilir düzeyde plan ve program içerisinde yürütülmesi ancak yeterli bilgi düzeyi ile gerçekleşmektedir. Üreticilerin bu konuda üniversiteler, kalkınma ajansları gibi kurumlardan faydalanmaları tarım turizminin önünü açabilecektir.

Tekirdağ ilindeki üreticiler bölgede tarım turizminin gelişmemesinin nedeni olarak kapalı aile yapısını en son faktör olarak değerlendirmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere misafir kültürüne alışkın kırsal yaşam, tarım turistlerine de sıcak bakmaktadır. Üreticiler sadece yörenin kültürel, dini ve sosyal yapısına uygun olmayan turistik faaliyetler konusunda endişe duymaktadır. Araştırma sonuçlarından da anlaşılacağı üzere bölgedeki üreticiler en çok aileleri misafir edebileceklerini belirtmişlerdir.

Tekirdağ İlinin tarım ve hayvancılık sektöründe önemli bir yerde olması, coğrafik ve kültürel zenginliklere sahip olması, İstanbul'a yakın olması onu tarım turizmi potansiyeli açısından önemli bir konumda tutmaktadır.

Tekirdağ İlinde bir çok kırsal turizm ve tarım turizmi aktivitesi gerçekleştirilmesi mümkündür. Tekirdağda öne çıkan bazı aktiviteler;

-Ganos dağları ve Istrancalarda yürüyüş ve doğal hayat gözlemciliği, kuş gözlemciliği, kekik ve adaçayı toplama faaliyetleri, doğal mantar toplama faaliyetlerine katılma, mantar işleme fabrikalarını ziyaret etme,

-Özellikle Saray ilçesinde manda yetiştiricilerini ziyaret etme, manda yoğurdu ve kaymağı yapımı,

-Tekirdağ ilindeki kırsal alanlarda geleneksel düğün faaliyetlerine katılma,

-Şarköy, Mürefte, Hoşköy gibi bağ ve zeytin alanlarının yoğun bulunduğu bölgelerde bağ budama, asma yaprağı toplama, bağ bozumuna katılma, pekmez yapımı, şarap fabrikalarını ziyaret etme, zeytin hasadına katılma, zeytin yapımını öğrenme vb faaliyetlere katılma

-Tekirdağ ilinin kiraz yetiştirilen alanlarında, kiraz çiçek açma zamanını görme, kiraz toplama, kiraz festivaline ve diğer yerel festivallere katılma,

-Genel olarak, ıhlamur toplama, kızılıçık toplama, el sanatlarını ve yapımını görme, arıcılık faaliyetlerine katılma, Uçmakedere yamaç paraşütü etkinliklerine katılma

-Tekirdağ iline bağılı birçok kırsal yerleşim yerinde Keçi peyniri, erişte vb ürünlerin üretilmesi aşamalarında bulunma

Tekirdağ İlinde tarım turizmi potansiyelini harekete geçirmek için ise;

-Büyükşehir olmanın avantajını kullanarak merkezi ve yerel yönetimler tarafından tarım turizmi yönüyle öne çıkan alanlardaki yatırımlar için destek sağlanmalıdır. Bunun için özellikle bu köylerde yerel ürün standlarının kurulması, misafir konaklaması için kullanılmayan köy evlerinin restorasyonu, çeşitli bilgilendirme ve yönlendirme tabelalarının konulması vb gibi faaliyetler öncelikli olarak ele alınmalıdır.

-Kırsal alanlardaki üreticilerin tarım turizmi kapsamında eğitimi yine yerel yönetimler, kalkınma ajansları, bölgedeki fakülte ve meslek yüksekokullarından yararlanılarak sağlanmalıdır.

-Özellikle çeşitli tarım ürünleri (kiraz, üzüm, zeytin, zeytin yağı vb) ve tarımsal faaliyetleri (bağ bozumu, zeytin hasadı, manda yetiştiriciliği vb) ile öne çıkmış “Marka Köyler” oluşturulmalıdır. Buralarda yetiştirilen ürünlerin tanıtımı için yine yerel yönetimlerin desteği alınarak belirli zamanlarda, belirlenen güzergahlarda turlar düzenlenmeli, reklam, promosyon gibi pazarlama faaliyetlerinde bulunulmalıdır.

-Tarım turizmi ve kırsal turizm kapsamında öne çıkan yurtiçi ve yurtdışı örnek alanların ve/veya köylerin demonstrasyon amaçlı olarak bölgedeki üreticilere gezdirilmesi yerel yönetimler, kalkınma ajansları, kamu kurumlarından (gıda, tarım ve hayvancılık il müdürlükleri, orman ve su işleri il müdürlükleri) yardımıyla sağlanmalıdır.

-Doğal güzellikleri öne çıkan kırsal alanlarda tarımsal işletmeleri de kapsayan gezi güzergahları düzenlenmelidir. Böylece doğaya ilgisi olan kişiler tarımsal faaliyetler hakkında da bilinçlendirilmiş olabilecektir. Bunun için doğa parkurlarının içerisinde örnek tarım işletmeleri belirlenerek turistlerce ziyaret edilmeleri sağlanmalıdır.

Tüm bu faaliyetlerin planlanması ve yapılmasında doğal kaynakların korunmasına, faaliyetlerin sürdürülebilir olmasına, bölgenin taşıma kapasitesine, çevrenin ve kültürel mirasın korunmasına özen gösterilmelidir.



## 9. KAYNAKLAR

- Adam KL (2004) Entertainment Farmingand Agri-Tourism. ATTRA, National Sustainable Agriculture Information Service, www.attra.ncat.org (erişim tarihi: 25.05.2014).
- Ahipaşaoğlu S, Çelttek E (2006). Sürdürülebilir Kırsal Turizm. Gazi Kitabevi, 173, Ankara.
- Akat Ö (1997). Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Ekin Kitabevi, 316, Bursa.
- Akpınar E, Bulut Y (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları. III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, IV: 1575-1594.
- Akpınar N, Talay İ, Ceylan C, Gündez S (2003). Rural Women And Agrotourism In The Context Of Sustainable Rural Development: A Case Study From Turkey. Kluwer Journal 6: 473–486.
- Albeni N (2011). Kırsal Kalkınmada Organik Tarımın Rolü ve Bucak İlçesi Melli Yemişi (İncir) Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Anonim (2000). Agricultural Business Profile on Agri-Tourism. Agdex 888/00, Prince Edward Island, PEI Department of Agriculture&Forestry, Canada.
- Anonim (2006). İşletme büyüklüğü ve tarım arazisi parça sayısına göre işletme, arazi parçası ve arazi (%). [http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=1047](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1047) (erişim tarihi: 10.04.2014).
- Anonim (2008a) Agritourism. Cooperative Extension Service, University of Kentucky – College of Agriculture.
- Anonim (2008b). Tarımsal İşletme Yapı Araştırması 2006. Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni, Sayı: 196, [http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=1561](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1561) (erişim tarihi: 10.04.2014).
- Anonim (2009). Agri-Tourism. Virginia Cooperative Extnesion, Publication 310-003, www.ext.vt.edu, Virginia Polytechnic Instituteand State University.
- Anonim (2012). Tekirdağ Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü Tekirdağ İl Çevre Durum Raporu 2012. <http://www.csb.gov.tr/iller/tekirdag> (erişim tarihi: 30.04.2014).
- Anonim (2013a). Tekirdağ Valiliği Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü 2013 Yılı Tarım Raporu. <http://tekirdag.tarim.gov.tr> (erişim tarihi: 20.04.2014).
- Anonim (2013b). Tekirdağ Valiliği Orman ve Su İşleri Bakanlığı 1. Bölge Müdürlüğü Tekirdağ Şube Müdürlüğü Tekirdağ Doğa Turizmi Master Planı (2013-2023). <http://tekirdag.ormansu.gov.tr/Tekirdag/AnaSayfa.aspx?sflang=tr> (erişim tarihi: 25.04.2014).
- Anonim (2014). Tatuta Projesi. Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, www.bugday.org (erişim tarihi, 23.03.2014).

- Anonim (2014). Av Ve Yaban Hayatında Av Turizmi. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, [www.ktbtyatirimisletmeler.gov.tr](http://www.ktbtyatirimisletmeler.gov.tr) (erişim tarihi: 20.05.2014).
- Anonim (2014). İnanç Turizmi. Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR,73394/inanc-turizmi.html> (erişim tarihi:21.05.2014).
- Artuğer S, Özkoç AG, Kendir H (2013). Ta-Tu-Ta (Tarım-Turizm-Takas) Çiftliklerinin Pazarlanması ve Tanıtılması İçin Öneriler. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3 (1): 01-05.
- Aytaç, M. Bayram N., 2001,Öğretim Elemanlarının Kariyer tutumlarının Gruplandırılması, V. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu, 19-22 Eylül 2001.
- Bayer MZ (1992). Turizme Giriş. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları No: 253, 230s İstanbul.
- Bayezit D (2003). Turizm Sektöründe İkinci (Yazlık) Konutların Türkiye Ekonomisindeki Etkilerinin İstatistiksel Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Bıçkıcı D, Ak D, Özgökçeler S (2013). Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 31/Güz: 49-73.
- Borg I, Groenen PJF (2005). Modern Multidimensional Scaling, Theory and Applications, Second Edition, Springer Series in Statistics, ISBN-13: 978-0387-25150-9.
- Burton F (1998). Can Ecotourism Objectives Be Achieved. Annals of Tourism Research, 25/3: 755-758.
- Cebeci Z (2008). Tarım Turizmi, Tarımın Ruhunu ve Görüntüsünü Paylaşarak Dinlenmek. TrAgLor, <http://traglor.cu.edu.tr> (erişim tarihi, 01.06.2014).
- Cochran WC (1963). Sampling techniquer, 2<sup>nd</sup>. Ed., A Willey International.
- Civelek M (2013). Sürdürülebilirlik Kapsamında Agro-Turizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Tatuta Çiftliklerinin Agro-Turizm Potansiyeli Yönünden Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla.
- Chesnutt JT (2007). Developing an Agri-Tourism Attraction in Alabama. Alabama Cooperative Extension System, Alabama A&M And Auburn Universities.
- Çakıcı AC (2004). Toplantı Yönetimi Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonu. Detay Yayıncılık, 178s Ankara.
- Çakır A, Çakır G, Dursun S, Dursun B (2010). Kırsal Turizmde Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanılması: Poyralı Köyü’nde Uygulanabilirliği. Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumu, Bildiri Kitabı I, 347-356, Kırklareli.
- 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.

- Çelik M (1987). Süryani Kilisesi Tarihi Cilt 1. Yaylacık Matbaası, 295s İstanbul.
- Çıkın A, Çeken H, Uçar M (2009). Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları. Tarım Ekonomisi Dergisi, 15(1): 1-8.
- Çondur F, Cömertler N (2010). Çevre Kirliliği ve Yoksulluk İlişkisi: Büyük Menderes Havzası Örneği. Ekonomi Bilimleri Dergisi, 2(2):65-72.
- Çoruh S (1979). Genel Turizm Bilgisi. Güven Matbaası, 272s Ankara.
- Engin K (2005). Büyük Ölçekli Konaklama İşletmelerinin Çağdaş Finans Tekniklerinden Yararlanma İmkanları. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla.
- Esengün K, Akça H, Sayılı M (2000). Dağlık ve Ormanlık Alanlarda Kırsal Turizm Faaliyeti ve Sürdürülebilirlik Kırsal Kalkınma. I. Ulusal Ormanlık kooperatifleri Sempozyumu, 150-158, Kastamonu.
- Eser K (2009). Konaklama İşletmelerinde Stratejik Maliyet Yönetimi ve Karlılık İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Geray C (1999). Kırsal Kalkınma Yöneltileri, İlçe Yerel Yönetimi ve İlçe Köy Birlikleri Önerisi. Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, 8/2: 11-42.
- Gopal R, Varma S, Gopinathan R (2008). Rural Tourism Development: Constraints and Possibilities with a special referenceto Agri Tourism. Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, XII: 512-523.
- Gökalp DD, Yazgan ME (2013). Kırsal Peyzaj Planlamada Agroturizm ve Agriturizm, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15/24: 25-29.
- Göksan E (1978). Turizmoloji. Uğur Ofset Matbaacılık, 269s İzmir.
- Gülçubuk B (2002). Kırsal Kalkınma Politikaları. [www.kirsalcevre.org.tr](http://www.kirsalcevre.org.tr), [http://www.kirsalcevre.org.tr/foto/file/kirsal\\_kalkinma\\_politikalari\\_bulentg.pdf](http://www.kirsalcevre.org.tr/foto/file/kirsal_kalkinma_politikalari_bulentg.pdf) (erişim tarihi, 20.07.2014).
- Günden C, Miran B (2007) Bulanık Eşli Karşılaştırma Yöntemiyle Çiftçilerin Amaç Hiyerarşisinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 20/2: 183-191.
- Gündüz S (2004). Ankara İli Kalecik İlçesindeki Tarımsal Turizme Uygun Alanların Saptanması ve Tarımsal Turizm Modelinin Oluşturulması Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Güzel Ö (2011). Türkiye'de İç Turizm Pazarı Analizi Ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Dergisi, 8/16: 127-144.

Hardle W, Hlavka Z (2007). *Multivariate Statistics: Exercises and Solutions*, ISBN 978-0-387-70784-6, Springer Science+Business Media, LLC.

Hillebrand H, Goetgeluk R, Hetsen H (2000). *Plurality and Rurality–The Role of Countryside in Urbanised Regions. Volume 2, Report 4.00.04, Agricultural Economics Research Institute (LEI). The Haque.*

Hurma H, Kubaş A, İnan Ç (2010). *Trakya Bölgesindeki Tarımsal Üreticilerin Ek Gelir Olanakları: Tarım Turizmi. Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumu, Bildiri Kitabı I, 219-227 Kırklareli.*

İlkin A, Dinçer MZ (1991). *Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi. TOBB Yayınları, Yayın No: 217, 126s Ankara.*

Johnson R; Wichern D (1992). *Applied Multivariate Statistical Analysis, 3.th ed., Prentice Hall, USA, 1992.*

Joseph F, Ralph A, Ronald T, And William B (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey, 1998.*

Karabatı S, Doğan E, Pınar M, Çelik ME (2009). *Socio-Economic Effects of Agri-Tourism on Local Communities in Turkey:The Case of Aglasun. International Journal of Hospitality & Tourism Administration,10/2: 129-142.*

Karafakı FÇ, Yazgan ME (2012). *Kırsal Turizme Kavramsal Yaklaşım, Kırsal Turizmin Önemi ve Etkileri. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, International Journal of Social and Economic Sciences 2 (2): 55-58, 2012, ISSN: 2146-5843, E-ISSN: 2146-0078, www.nobel.gen.tr*

Karakaş A, Topdal Y (2007). *Turizm 1 Ders Notu. M.E.B Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü Yayınları, 75s Ankara*

Kılıç B, Kurnaz A (2010). *Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler:Pastoral Vadi Örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, 2/4: 39-56.*

Kiper T, Korkut A, Yılmaz E (2011). *Tekirdağ İli Şarköy İlçesi Bitkisel Üretim Durumunun Kırsal Turizme Etkisi. YYÜ TAR BİL DERG (YYU J AGR SCI) 2011, 21(3): 235-243.*

Kiper T, Korkut A, Özyavuz M, Yılmaz E (2011). *Tekirdağ İli Şarköy İlçesinde Kırsal Turizme Yönelik Alan Kullanım Planlaması. TUBİTAK 109Y162 Nolu Proje.*

Konak K, Armağancı G, Çivi Z (1996) *Aydın Koçarlı İlçesi Orman ve Çevresi Köylerin Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Yeni Tarımsal Üretim Faaliyetleri Önerileri. Türkiye 2. Tarım Ekonomisi Kongresi, Cilt: 1, 167-171 Adana.*

Kotil E (1992). *Türkiye’de Turizm Sektörünün Durumu. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.*

- Kovacs D (1999). Rural Tourism in Hungary: Characteristics of Spontaneous Development. East-West Series in Economics, Business and the Environment, 2(1-2), pp: 105-110.
- Kozak N, Kozak MA, Kozak M (2000). Genel Turizm İlkeler-Kavramlar. Turhan Kitabevi, 240s Ankara.
- Kozak N, Kozak MA, Kozak M (2008). Genel Turizm İlkeler-Kavramlar. Detay Yayıncılık, 171s Ankara.
- Kozak N (2012). Genel Turizm Bilgisi. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2472, 152s Eskişehir.
- Kruskal JB, Wish M (1978). Multidimensional Scaling, Sage Publications, California.
- Kuo NW, Chiu YT (2006). The Assessment Of Agritourism Policy Based On SEA Combination With HIA. Land Use Policy, 23: 560–570.
- Küçükaltan D (2002). Tarım Turizmi ve Türkiye’de Tarım Turizmi İşletmeciliği. II. Turizm Şurası Bildirileri, I. Cilt: 143-159, Ankara.
- Maetzold J A (2002). Nature - Based Tourism & Agritourism Trends: Unlimited Opportunities. Beyond The The Table, Future Farms 2002: A Supermarket Of Ideas, Kerr Center For Sustainable Agriculture.
- Mc Clave JT, Benson PG (1988). Statistics for Business and Economics. 4th Ed. Dellen Pub. Co., San Fransisco
- Olalı H (1994). Turizm. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları No:615, 298s Ankara.
- Olalı H, Korzay M (1993). Otel İşletmeciliği. Beta Basım Yayım Dağıtım, 558s İstanbul.
- Ongun U (2004). Krizlerin Antalya Turizmine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Örnek Ü (2011). Tarım Turizmi. Milliyet Gazetesi İnternet Sitesi, <http://blog.milliyet.com.tr/unalornek> (erişim tarihi, 22.07.2014).
- Özdemir M (1992). Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özdemir P (1999). Türkiye’de İç Turizm. Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi, 14/2: 159-168.
- Özefe İ (2009). Kırsal Köylerin Kalkınması İçin Agro-Turizm Modeli. Erdemli Haber, <http://www.oktayofset.com/kirsal-koylerin-kalkinmasi-icin-agro-turizm-modeli.html> (erişim tarihi, 02.07.2014).
- Özüdoğru T, Tatlıdil F (2012). Amasya Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliğinin Yöre Çiftçilerine Ekonomik Etkilerinin Analizi. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE) Tepge Yayın No: 208 ISBN: 978-605-4672-09-7
- Phillip S, Hunter C, Blackstock K (2010). A Typology For Defining Agritourism. Tourism

Management 31: 754–758.

- Pulina M, Dettori DG, Paba A (2006). Life Cycle Of Agrotouristic Firms In Sardinia. *Tourism Management*, 27: 1006–1016.
- Russell B (2003). *Agri-Tourism Workbook. Guide To Discovering New Ways To Build A Successful Agriculture Business Through Direct Farm Marketing*, Agri-Business Council of Oregon.
- Ryan S, Debord K, McClellan K (2006). *Agritourism in Pennsylvania: An Industry Assessment*. The Center for Rural Pennsylvania.
- Ryan SD, Hayes SA, (2009). *Your Agritourism Business In Pennsylvania: A Resource Handbook Get Started And Keep Going In Agritourism*, The Center for Rural Pennsylvania.
- Sezgin OM (1995). *Genel Turizm*. Tutubay Yayınları, 326s Ankara.
- Shafeei N (2012). İzmir İnciraltında Doğa Temelli Bir Agro Turizm Yaklaşımı Kentsel Tasarım Projesi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Soykan F (2001). Kırsal Kalkınma-Kırsal Turizm İlişkisi ve Avrupa'dan İki Örnek : Basilicata /İtalya Ve Sitia/Yunanistan. *Kırsal Çevre Yıllığı*, 12-33.
- Soykan F (2002). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11, İzmir.
- Soykan F (2006). Avrupa'da Kırsal Turizme Bakış Kazanılan Deneyim. II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 72-73, Balıkesir.
- Subaşı B (2004). *Yayla Turizmi Sektör Profili*. İstanbul Ticaret Odası Etüt Ve Araştırma Şubesi, 21s İstanbul.
- Şahin, A., Atış, E., Miran B., 2008, Daha Etkin Tarım-Çevre Politikaları İçin Homojen Alanların Belirlenmesi: Ege Bölgesi Örneği, *Ekoloji*, 17,67, 15-23, 2008
- Şahiner T (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli Ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman
- Şapçı B (2005). Edirne İli Keşan İlçesi Kuzey-Orta Saroz Bölgesinde Ekoturizm Ve Agroturizm. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Taş S (2012). Trabzon ve Ekoturizm: Yerli Ziyaretçilerin Yöreyi Değerlendirmesine Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tatlıdil, H, 1996, *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*, Cem Web Ofset, Ankara, 1996.

- TCKB (2006). Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007–2013), Kırsal Kalkınma Politikaları.
- Turizm Bakanlığı (1995). Türkiye'de Turizm Yatırım Olanakları Ve Yatırım Süreci. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, 59s Ankara
- Tesbi MA (2000). Tarım Turizmi ve Önemi. [www.tarim.gen.tr/tesbi/72.htm](http://www.tarim.gen.tr/tesbi/72.htm), Erişim Tarihi: 15.05.2014.
- Topçu ED (2007). Agri-Tourism: As A New Element Of Country Planning. Yüksek Lisans Tezi, OrtaDoğuTeknikÜniversitesi FenBilimleriEnstitüsü, Ankara.
- Toskay T (1983). Turizm Olayına Genel Yaklaşım. Der Yayınları, 272s İstanbul.
- Türkben C, Gül F, Uzar Y (2012). Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23): 47-50.
- Tüzüntürk S (2009). Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi: Suç İstatistikleri Üzerine Bir Uygulama, 10. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Erzurum.
- Uğurlu K (2010) Çiftlik Turizminin Sosyoekonomik Kalkınmaya Etkileri: Trakya Bölgesi İçin Oluşturulabilecek Stratejiler. Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumu, Bildiri Kitabı I, 295-315 Kırklareli.
- Ustaahmetoğlu, E., 2005, Marka Konumlandırma Çok Boyutlu Ölçekleme Tekniğinin Uygulanması, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış yüksek Lisans Tezi.
- Ürger S (1992). Genel Turizm Bilgisi, Akdeniz Üniversitesi Yayınları No:53, 306s Antalya.
- Yang Z, Cai J, Sliuzas R (2010). Agro-tourism Enterprisesasa Formof Multi-functional Urban Agriculturefor peri-urban Developmentin China. Habitat International 34: 374-385.
- Yenidoğan, T. G., 2008, Pazarlama Araştırmalarında Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi: Üniversite Öğrencilerinin Marka Algısı Üzerine Bir Araştırma, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (15) 2008, 138-169
- Yılık MM (2011). Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne Uyumu Açısından Kırsal Kalkınma Bileşeninin Önemi Ve Tarım Ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu’nun Rolü. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman
- Walker MA (2009). Agritourism: Ideas and Resources. Communications and Marketing, College of Agriculture and Life Sciences, Virginia Polytechnic Institute and State University
- Wickelmaier F (2003). An Introduction to MDS. Reports from the Sound Quality Research Unit (SQRU), No. 7. [pdf].

## **ÖZGEÇMİŞ**

1973 Yılında Tekirdağ'ın Karacakılavuz Kasabasında doğan Metin GÜMÜŞ, ilk ve orta öğrenimini burada tamamladı. 1991 Yılında Ankara Laborant Meslek Lisesinden mezun oldu. Mezun olduğu yıl Bolu İl (Gıda) Kontrol Laboratuvar Müdürlüğü'nde göreve başladı. 1995 Yılına kadar burada görev yaptıktan sonra Tekirdağ İl (Gıda) Kontrol Laboratuvar Müdürlüğü'nde 2001 yılına kadar çalıştı. Bu dönemde Trakya Üniversitesi, Tekirdağ Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümünde lisans öğrenimini tamamlayıp 2000 yılında mezun oldu. 2001 Yılından 2003 yılına kadar Kocaeli İl(Gıda) Kontrol Laboratuvar Müdürlüğü'nde görev yaptı. 2003 Yılından beri Tekirdağ İl(Gıda) Kontrol Laboratuvar Müdürlüğü'nde görev yapan Metin GÜMÜŞ, evli ve üç çocuk babasıdır.