T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KIRSAL KALKINMA BAĞLAMINDA HALFETİ İLÇESİNİN KIRSAL TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Tahir DEMİR

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

ŞANLIURFA
2022

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖZET i
ABSTRACT ii
TEŞEKKÜR iii
ŞEKİLLER DİZİNİ iv
ÇİZELGELER DİZİNİ v
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ vi
1 . GİRİŞ 1
1.1 . Halfeti İlçesi Hakkında Genel Bilgiler 4
1.1.1 . Cittaslow (sakinşehir) Halfeti 5
1.1.2 . Karagül 5
1.1.3 . Mezopotamya sümbülü (Liliaceae) 6
1.1.4 . Ulu camii 7
1.1.5 . Asma köprü (Halfeti gerdanı) 7
1.1.6 . Rumkale 8
1.1.7 . Zeugma 9
1.1.8 . Halfeti batık cami ve köyleri 10
1.1.9 . Değirmendere vadisi 12
2 . ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR 14
3 . MATERYAL ve YÖNTEM 21
3.1 . Materyal 21
3.2 . Yöntem 21
4 . ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA 23
4.1 . Demografik Bulgular 23
4.2 . Verilerin Analizleri 26
4.2.1 . Halfeti ile ilgili görüşler 26
4.2.2 . Tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti 40
5 . SONUÇLAR ve ÖNERİLER 44
KAYNAKLAR 47
EKLER 51
EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket 51
EK-2: Etik Kurul İzin ve Onayı 54

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KIRSAL KALKINMA BAĞLAMINDA HALFETİ İLÇESİNİN KIRSAL TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Tahir DEMİR

Harran Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Doç.Dr. Mehmet Reşit SEVİNÇ
YIL: 2022, Sayfa: 55

Farklı mekânları gezmek, görmek, tanımak ve bu mekânlardaki sosyolojik ve kültürel yapıyı anlayabilmek amacıyla yapılan seyahat ve konaklama faaliyetleri turizmdir. Son yıllarda geleneksel turizm faaliyetlerine olan ilginin kırsal alanlara doğru arttığı görülmektedir. Genel olarak kırsal alanlar kentler dışındaki yer olarak tanımlanır. Kırsal alanlarda ekonomik faaliyetler ağırlıklı olarak doğal kaynakların işlenerek değerlendirilmesine bağlıdır. Bu alanlarda bireyler arasında yüz yüze ilişkiler daha yaygındır. Ayrıca bu alanlarda toplumsal yaşamı düzene sokan kurallar genellikle örf ve adetlerdir. Tüm bu niteliklere bağlı olarak bu alanlarda toplumsal, ekonomik, kültürel değişimler ve gelişmeler oldukça yavaş ve gecikmelidir. Kırsal kalkınma ise; nitelikleri bahsedilen bu kırsal alanlarda toplumsal anlamda gelişmeyi ifade etmektedir. Bu süreç ekonomik, sosyal ve kültürel değişimin beraber yaşanmasını gerekli kılmaktadır. Kırsal alanlarda ekonomik anlamda refah seviyesinin arttırılması olumlu karşılanırken, sosyal ve kültürel anlamda kırsal alanın dokusunun bozulmaması ve kendi iç dinamiklerine bağlı niteliklerini kaybetmemesi istenir. Bu çalışmada Halfeti ilçesinin kırsal kalkınma bağlamında kırsal turizm potansiyeli araştırılmıştır. Halfeti ilçesi Şanlıurfa ili sınırları içerisinde yer almaktadır. İlçe kendine has tarihi ve doğal güzelliklere sahiptir. Fırat nehri üzerinde kurulan Birecik ve Atatürk barajlarının su tutmasıyla beraber Halfeti ilçesinin turizm değeri de artmıştır. Bugün Halfeti ilçesi yılda yaklaşık 600 bin kişinin ziyaret ettiği bir turizm alanıdır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Halfeti ilçesini ziyarete gelen 385 kişi ile anket kullanılarak yüz yüze görüşme sağlanmıştır. Ziyaretçilerin; orta yaş grubunda, eğitim seviyelerinin yüksek, gelir sevilerinin ise ortalama düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçiler çoğunlukla günübirlik gezilere ve faaliyetlere katılmakta ve konaklamamaktadırlar. Ziyaretçiler tarafından Halfeti ilçesinin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginliklerin tatmin edici düzeyde olduğu belirtilmiştir. Ancak Halfeti ilçesinin tanınırlığını arttırmaya, konaklama imkânlarının sağlanmasına ve farklı sosyal-sportif faaliyetlerin yapılmasına yönelik taleplerin varlığı tespit edilmiştir. Çalışmada bu taleplerin sağlanmasına, Halfeti ilçesinin turizm değerinin arttırılmasına, dolayısıyla sürdürülebilir kırsal kalkınmanın sağlanabilmesine yönelik öneriler sunulmuştur.

ANAHTAR KELİMELER: Kırsal alan, kırsal kalkınma, kırsal turizm, Halfeti, Şanlıurfa

ABSTRACT

MSc Thesis

EVALUATION OF THE RURAL TOURISM POTENTIAL OF HALFETI DISTRICT IN THE CONTEXT OF RURAL DEVELOPMENT

Tahir DEMİR

Harran University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Agriculture Economy

Supervisor: Assoc.Prof.Dr. Mehmet Reşit SEVİNÇ
Year: 2022, Page: 55

Tourism is the travel and accommodation activities carried out in order to visit, see, get to know different places, and understand the sociological and cultural structure in these places. In recent years, it is seen that the interest in traditional tourism activities has increased towards rural areas. Generally, rural areas are defined as places outside the cities. Economic activities in rural areas mainly depend on the processing and evaluation of natural resources. Face-to-face relationships among individuals are more common in these areas. In addition, the rules that regulate social life in these areas are generally customs and traditions. Due to all these qualities, social, economic, and cultural changes and developments in these areas are rather slow and delayed. Rural development is; means social development in these rural areas whose qualities are mentioned. This process necessitates the coexistence of economic, social, and cultural change. While increasing the level of economic welfare in rural areas is welcomed, it is desired that the texture of the rural area does not deteriorate in social and cultural terms and that it does not lose its qualities depending on its internal dynamics. In this study, the rural tourism potential of the Halfeti district was investigated in the context of rural development. Halfeti district is located within the borders of Şanlıurfa province. The district has unique historical and natural beauties. The tourism value of Halfeti has increased as the Birecik and Atatürk dams, which were built on the Euphrates, impounded water. Today, the Halfeti district is a tourism area visited by approximately 600 thousand people a year. The convenience sampling method was used in the study. Face-to-face interviews were conducted with 385 people who came to visit the Halfeti district by using a questionnaire. Visitors are in the middle age group. The education level of the visitors is high and their income level is average. Visitors mostly participate in day trips and activities and do not stay. It was stated by the visitors that the natural and cultural richness of the Halfeti district is at a satisfactory level. However, it has been determined that there are demands for increasing the recognition of Halfeti district, providing accommodation opportunities and different social-sports activities. In the study, suggestions were made to meet these demands, to increase the tourism value of the Halfeti district, and thus to ensure sustainable rural development.

KEYWORDS: Rural area, rural development, rural tourism, Halfeti, Şanlıurfa

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının ortaya çıkmasında desteğini ve her konuda yardımını esirgemeyen değerli danışmanım Doç.Dr. Mehmet Reşit SEVİNÇ'e teşekkürler. Lisansüstü eğitimim aşamasında bana her türlü desteği sunan Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi ve Tarım Ekonomisi Bölümü hocalarına ve çalışanlarına ayrı ayrı teşekkür ederim.

Çalışmama maddi olarak destek sağlayan ve bu çalışmanın ortaya çıkmasında değerli katkıları bulunan Harran Üniversitesi BAP Koordinasyon Birimi'ne (HÜBAP) ve çalışanlarına çok teşekkürler.

Son olarak doğduğum günden bu güne, tüm yaşamım boyunca hep yanımda olan, beni destekleyen aileme sonsuz teşekkürler.

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa No

Şekil 1.1. Cittaslow (sakinşehir) Halfeti 5
Şekil 1.2. Karagül 6
Şekil 1.3. Ulu cami 7
Şekil 1.4. Asma köprü 8
Şekil 1.5. Rumkale 9
Şekil 1.6. Zeugma 10
Şekil 1.7. Batık köy 1 11
Şekil 1.8. Batık köy 2 11
Şekil 1.9. Batık köy 3 12
Şekil 1.10. Değirmendere çayı ve doğal havuz 12
Şekil 1.11. Değirmendere vadisinde el oyması mağara 13

ÇİZELGELER DİZİNİ

Sayfa No

Çizelge 4.1. Cinsiyet 23
Çizelge 4.2. Yaş 23
Çizelge 4.3. Cinsiyete göre medeni hâl 24
Çizelge 4.4. Cinsiyete göre eğitim düzeyi 25
Çizelge 4.5. Hane geliri (TL) 26
Çizelge 4.6. Toplam açıklanan varyans değerleri 27
Çizelge 4.7. İfadeler ve faktör yükleri 28
Çizelge 4.8. Faktörlere ilişkin Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları 29
Çizelge 4.9. Misafirperverlik faktörüne ait analiz sonuçları 30
Çizelge 4.10. Kültürel ve doğal güzellik faktörüne ait analiz sonuçları 32
Çizelge 4.11. Fiziksel çevre faktörüne ait analiz sonuçları 33
Çizelge 4.12. Fiyat faktörüne ait analiz sonuçları 35
Çizelge 4.13.Güvenlik faktörüne ait analiz sonuçları 36
Çizelge 4.14. Sosyal etkinlik faktörüne ait analiz sonuçları 37
Çizelge 4.15. Atmosfer faktörüne ait analiz sonuçları 39
Çizelge 4.16. Toplam açıklanan varyans değerleri 41
Çizelge 4.17. Çoklu regresyon analizi sonuçları 41

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
BM	Birleşmiş Milletler
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
SPSS	Statistical Package for the Socia lSciences
ŞKTM	Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü

1. GİRİŞ

Turizm kelimesi köken olarak Latince olan “tornus” kelimesinden gelmektedir. Tornus “insanların belirli bir eksen çevresinde dönme hareketidir”. Tornus kelimesi toplumlar tarafından yaygın olarak kullanılan diğer dillere “tour” olarak geçmiştir. Tour, insanların “dairesel hareket içerisinde bazı görülmeye değer yerleri, iş veya eğlence amacıyla gezip geri dönmeleri” anlamına gelmektedir (Ağaoğlu, 1991). Aslında alışılan ya da yaşanan yerler dışında olan mekânlarda farklı kültürlerin ortaya çıkması, ortaya çıkan bu kültürleri öğrenmek, tanımak ya da bunların dışında dinlenebilme, eğlenebilme arzusu turizmi ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla genel ve kısaca bir tanımlama yapılacak olunursa “gezmek, görmek, dinlenmek, değişik kültürleri ve mekânları tanımak için yapılan seyahat ve konaklamalar” turizmdir (Ağaoğlu, 1991; Emekli, 2006).

En kapsamlı tanımıyla turizm “insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerler dışında, yerleşmemek ve ekonomik anlamda gelir elde etmemek koşuluyla dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kültür, deneyim kazanma, akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılma, dini gerekleri yerine getirme vb. nedenlerle kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatlerde ve gittikleri yerlerde en az bir geceleme yaparak turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmelerinden ortaya çıkan iş ve ilişkiler bütünüdür” şeklinde tanımlanmaktadır (Hayta, 2008; Kozak ve Kozak, 2021).

Turizm, bir ülke için gelir getirici unsur olarak çok önemli bir faktördür. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de turizme olan bakış açısı zamanla değişmiştir. Kıyı turizminin daha çok mevsimsel olması, insan ihtiyaçlarının farklılaşmasıyla beraber dört mevsim tatil, dinlenme veya farklı yerler görme isteği, geleneksel turizme olan ilgiyi azaltmıştır. Alışılagelmiş turizm faaliyetlerine yönelik azalan bu ilgi, doğanın, geleneksel yaşam biçiminin ve sadeliğin hâkim olduğu kırsal alanlara yönelmiştir. Dolayısıyla insanların kırsal alanlardaki tarihi mekânları görme, doğayla iç içe bir tatil

yapma, endemik bitki ve hayvan türlerine olan ilgi, farklı spor türleri yapma imkânı alternatif turizm olarak kırsal alanlarda yapılabilen kırsal turizme olan ilgiyi de arttırmıştır.

Kırsal alanların tanımlamasını yapmak oldukça güçtür. Ancak genel anlamda kasaba ve şehirlerin dışında bulunan alanlar kırsal alan olarak nitelendirilmektedir. Ülkemizde kırsal alan tanımını ve niteliklerini en geniş anlamda 1994 yılında "Kırsal Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu" ile Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) yapmıştır. DPT'nin tanımına göre kırsal alanlar; "ekonomik nitelikteki etkinliklerin ağırlıkla doğal kaynakların değerlendirilmesine dayandırıldığı, yüz yüze ilişkilerin göreceli olarak daha yaygın olduğu, yaşama kurallarının büyük ölçüde gelenek ve göreneklere göre biçimlendiği, teknik ve teknolojik gelişmeler ile ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmelerin daha yavaş ve dolayısıyla gecikmeli olarak gerçekleştiği ortamlardır" (Bakırcı, 2007; Dasgupta ve ark., 2014; Sevinç, 2008). Kırsal alanlarda yapılan turizm faaliyetleri ise genel olarak kırsal turizm olarak tanımlanmaktadır. Kırsal turizm kısaca; "tatillerini kırsal alanda geçirmek isteyen, kırsal mirası görerek, kırsal yaşam tarzından hoşlanan insanların arzusu" olarak tanımlanmaktadır (Şit ve ark., 2015). Kırsal turizm faaliyetleri sürecinin en önemli ayırt edici niteliği; faaliyet sürecinin kırsal alanlarda gerçekleşmesidir. Kırsal turizm; kırsal alanlara yapılan ziyaretler, doğal ortamlarda ve çevre ile iç içe geçirilen zaman, yöresel nitelik taşıyan ürünlerden satın alma ve sunulan hizmetlerden faydalanma, yöresel ve kırsal nitelikleri taşıyan mekânlarda konaklama, kırsal alanlarda yapılabilecek etkinliklere katılma, en önemlisi kırsal alanların kültürlerini tanımak ve anlamak faaliyetleridir (Aydın, 2012; Soykan, 2000; Şit ve ark., 2015).

BM kuruluşlarından birisi olan Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre kırsal turizm faaliyetleri, aşağıdaki özelliklere sahip kentsel olmayan (kırsal) alanlarda gerçekleşmektedir. Bu özellikler (UNWTO, 2021);

- Düşük düzeyde nüfus yoğunluğu,

- Tarım, orman gibi zirai faaliyetlerin hâkim olduğu, doğal kaynak ve arazi kullanımının varlığı,
- Geleneklere bağlı toplumsal yapı ve yaşam tarzının varlığı.

UNWTO'ya göre kırsal turizmin kırsal kalkınma içinde yer alan diğer ekonomik faaliyetler ile tamamlayıcı bir niteliğe sahiptir (UNWTO, 2021). Kıyı turizmi gibi geleneksel turizm faaliyetlerinin çeşitli sebeplerle kırsal alanlara doğru yönelmesi bu bölgelerde kırsal turizm faaliyetlerinin artmasına dolayısıyla kırsal kalkınmanın sağlanmasına da olumlu yönde katkı sunmaktadır.

Kırsal kalkınma en basit tanımıyla "insan yaşamına olumsuzluklar getiren kırsal çevre koşullarının iyileştirilmesine yönelik çalışmalardır" (Tolunay ve Akyol, 2006). Kırsal kalkınma terimi ilk olarak Birleşmiş Milletler (BM) tarafından kullanılmıştır. Ancak bu tanımlama daha çok "toplum kalkınması" terimine karşılık gelmektedir (Kaypak, 2012). Kırsal kalkınma; "kırsal alanlarda yaşayan insanların sosyo-ekonomik ve kültürel bakımdan yapısını değiştirecek şekilde üretim, gelir ve refah seviyelerinin 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 olarak açıklanabilir" (Bakırcı, 2007; Kara ve Görün, 2008; Sevinç, 2008). Kırsal kalkınma ile amaçlanan; "kırsal istihdamın sağlanarak göçün azaltılması, kalkınmaya ilişkin kararlara yerel halkın katılımının sağlanması, modern fiziki altyapının geliştirilmesi, eğitim ve sağlık gibi kamusal hizmetlere ulaşım imkânlarının güçlendirilmesi, kırsal çevrenin ve doğal kaynakların doğru kullanımı ve sürdürülebilir yönetiminin sağlanmasıdır" (Emekli ve ark., 2007).

Bu tez çalışmasının öncelikli amacı; Şanlıurfa ili sınırları içerisinde bulunan Halfeti ilçesinin, kırsal turizm potansiyelinin belirlenerek kırsal kalkınmaya etkisini incelemektir. Bununla birlikte turistlerin Halfeti ilçesini ziyaretlerindeki memnuniyet düzeylerini ölçmek, beklentilerini ve ilçede sunulan hizmetlerin yeterliliğini tespit etmek de çalışmanın diğer amacıdır.

1.1. Halfeti İlçesi Hakkında Genel Bilgiler

Şanlıurfa iline bağlı olan Halfeti, Şanlıurfa il merkezine yaklaşık 120 km, Gaziantep il merkezine ise yaklaşık 90 km uzaklıkta bir ilçedir. Halfeti Şanlıurfa ilinin en batısında yer alan bir ilçedir. Coğrafi yerleşim itibari ile değerlendirildiğinde Halfeti'nin yerleşim yapısı oldukça dikkat çekicidir. Günümüzde Halfeti ilçesinin eski ve yeni olmak üzere iki ayrı yerleşim yeri bulunmaktadır. Atatürk Barajı'nda su toplanmasına başlanması ile beraber iki bin yılında ovalık bir alanda kurulmuş olan eski Halfeti sular altında kalmıştır. Dolayısıyla eski Halfeti yerleşim alanı Kara Otlak diye bilinen alana kurulan yeni Halfeti ilçesine taşınmıştır. Bununla birlikte yeni Halfeti'nin kurulmasıyla beraber yoğun olarak Gaziantep olmak üzere farklı il ve ilçelere de göçler de yaşanmıştır. Günümüzde eski Halfeti sınırları içerisinde yer alan ve eski Halfeti ilçesinin merkezi konumunda olan Rüştiye ve Şimaliye mahalleleri yeni Halfeti'ye bağlı mahalle olmuşlardır (Boyraz ve Bostancı, 2016; Köksel, 2019). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi'ne göre 2021 yılında Halfeti ilçesinin nüfusu 41 663 kişidir (TÜİK, 2021).

Halfeti ilçesinin iki bin yılına kadar temel geçim kaynağı tarımsal faaliyetler üzerinedir. Bununla birlikte yurt dışına çalışmak amacıyla göç eden bireylerin sağladığı ekonomik katkı da önemli bir yer tutmaktaydı. Bu tarihten sonra tarım alanlarının bir kısmı sular altında kaldığından tarımsal faaliyetlerde ve tarıma dayalı ekonomik gelirlerde azalma olmuştur (Boyraz ve Bostancı, 2016; Yurddaş, 2019). İlçede halen tarım ve hayvancılık ekonomik hayatı oluşturmakla beraber, sular altında kalan eski Halfeti yerleşim alanının sahip olduğu doğal güzellikler, kültürel ve tarihi mekânlar günümüzde aktif olarak turizm faaliyetlerinin doğmasına vesile olmuştur (Yurddaş, 2019). Bugün eski Halfeti yerleşim alanında tekne gezileri ile başlayan turizm faaliyetleri her geçen gün farklı sosyal ve kültürel aktivitelerin dâhil olması ile kırsal turizm adına ürün ve hizmet yelpazesini genişletmektedir. Halfeti'nin sahip olduğu ve kırsal turizm potansiyeline katkı sağlayabilecek doğal, tarihi ve kültürel değerler ayrı ayrı aşağıda ele alınmış ve bunlar hakkında kısaca bilgiler verilmiştir.

1.1.1. Cittaslow (sakinşehir) Halfeti

Cittaslow hareketi 1999 yılında İtalya'nın Chianti kentindeki Greve Belediye Başkanı görevinde bulunan Paolo Saturnini tarafından başlatılan bir harekettir. Oluşum açısından Sanayi Devrimi'nin yarattığı kapitalist toplumların aşırı tüketimine, doğal kaynaklara olan saygısızlığına ve sürdürülebilirlikten uzak büyüme modellerine karşı alternatif bir hareket olarak ortaya çıksa da bugün dünya üzerinde 32 ülkede 281 şehrin dâhil olduğu geniş bir ağ halini almıştır. Türkiye'de ise 20 şehir Cittaslow ağı içerisinde yer almaktadır (Cittaslow, 2021; Servon ve Pink, 2015). Halfeti, Türkiye'de Cittaslow ağına katılan dokuzuncu şehir olup Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde de ilktir. Bu durum Halfeti'nin ününün Türkiye sınırları dışına çıkmasına da vesile olmuştur.



Şekil 1.1. Cittaslow (sakinşehir) Halfeti (TRT, 2019)

1.1.2. Karagül

Halk arasında "Arap gelini, Arap güzeli, Arap kızı, Mezopotamya gülü, Yassı gül" gibi isimlerle de anılan Karagül, dünyada sadece Halfeti'de yetişen endemik bir gül çeşididir. Gül tam siyah olmakla beraber, siyaha yakın koyu kırmızı renge de sahip

olabilen kokulu bir güldür. İlkbahar ve sonbahar mevsimlerinde açmaktadır. Karagül'ün boyu 1-1.5 metreye kadar çıkar ve çalı görünümündedir. Karagül'ün kökeni 1859 yılında Fransız gül yetiştiricisi Guillot'a dayanmaktadır. Karagül Guillot'un yetiştirdiği "14. Louis" türü gülün bir türüdür. Ancak Türkiye'ye özellikle de Halfeti'ye nasıl geldiğine dair kesin bilgiler bulunmamaktadır (Ada ve Yener, 2017; Boyraz ve Bostancı, 2016; Özçelik, 2013). Karagül'ün bir diğer özelliği gerek dal gerekse tohum olarak Halfeti dışında başka bir mekâna götürüldüğünde renginin değişmesi ve özelliğini yitirmesidir. Bu durum Karagül ile Halfeti'yi özdeşleştiren bir durumdur. Dolaysıyla yerel halk tarafından Halfeti'nin tanıtımında da yoğun olarak kullanılmakta ve gelir getirici bir hal almaktadır.



Şekil 1.2. Karagül (Sonar, 2020)

1.1.3. Mezopotamya sümbülü (Liliaceae)

Dünya'da sadece Şanlıurfa'da yetişen bu nedenle endemik özelliği taşıyan Mezopotamya Sümbülü ilk kez Alman asıllı Paul Sintenis tarafından 1888 yılında keşfedilmiştir. Ancak bilim dünyasına tanıtılması Speta tarafından 1977 yılında olmuştur. Ancak yüzyılı aşkın bir süredir pek rastlanmamakla birlikte yoğun olarak yetiştiği alan olan Halfeti'nin sular altında kalması ile beraber tamamen yok olduğu

düşünülmüştür. Bununla birlikte bölgede son yıllarda yapılan araştırmalarda tekrar bulunduğu iddia edilmiştir. Bu nedenle izinin sürülmesi için çeşitli etkinlikler ve tanıtım toplantıları yapılmıştır. Bu durum özellikle botanik uzmanlarının ve doğaseverlerin Halfeti'ye olan ilgisini arttırmıştır (NTV, 2004; Şanlıurfa Gazetesi, 2021).

1.1.4. Ulu camii

Halfeti ilçesinin eski yerleşim alanında bulunan Ulu Cami 1844 yılında inşa edilmiş olup döneminin Osmanlı mimarisi özelliklerini taşımaktadır. Birecik Barajı'nın aktif olması ile beraber 2002 yılında caminin 40 cm lik kısmı su altında kalmıştır (Anadolu Ajansı, 2021). Bu özellikle Halfeti'de görülecek ve gezilecek yerler listesinde kendisine yer bulmuştur.



Şekil 1.3. Ulu cami (Etgü, 2021)

1.1.5. Asma köprü (Halfeti gerdanı)

Halfeti Kaymakamlığı tarafından yapımı 2012 yılında bitirilen asma köprü, eski Halfeti olarak bilinen Rüştiye mahallesi ile Başbostan mahallesini birbirine

bağlamaktadır. Asma köprü daha önce tekneyle ulaşımı sağlanan eski mezarlık bölgesine, fıstık bahçelerine, su sporları merkezine ve yüzer havuz tesislerine yürüyerek ulaşabilme imkânı sağlamıştır. Değirmendere Vadisi girişinde yer alan köprü ayrıca fotoğraf sanatçılarının ve fotoğraf çektirmek isteyenlerin sıklıkla kullandığı mekân olma özelliği taşımaktadır.



Şekil 1.4. Asma köprü (TCCİB, 2019)

1.1.6. Rumkale

Halfeti'de düzenlenen tekne gezilerinin güzergâhı üzerinde bulunan Rumkale Dırat nehri ile Merziman çayının kesiştiği noktadadır. Dik kayalık bir yapı ile çevrili, yüksekçe bir tepenin üzerinde bulunmaktadır. Günümüze kadar gelen tarihî süreçte farklı isimler ile anılmıştır. Asurlular "Şitamrat", Süryaniler "Kal'a Rhomayta", Ermeniler "Hromklay", Memlüklüler "Kal'at el-Müslimin" isimleri ile anmıştır. Rumkale kesme taşlar ile doğa ile uyumlu olarak yaklaşık 3 500 metrekarelik bir alana inşa edilmiştir. Dikdörtgen bir planla inşa edilen Rumkale insan eliyle oyularak yapılmış yedi adet burç ve kuzeyde çok sayıda mazgallar şeklindeki pencerelere sahiptir. Rumkale günümüzde Birecik Barajı'nın faaliyete geçerek su tutmasıyla beraber etrafı sularla çevrili bir yarıma biçimini almıştır (Türkiye Kültür Portalı,

2021a). Rumkale konumu, yapılış biçimi, kullanım şekli ve günümüze kadar kendisini koruyarak gelmesi nedeniyle, her ne kadar Halfeti sınırları içerisinde olmasa da Halfeti'de düzenlenen tekne gezilerinin güzergâhı üzerinde olması nedeniyle, Halfeti'nin önemli tarihi mekânlarından bir tanesidir.



Şekil 1.5. Rumkale (Türkiye Kültür Portalı, 2021a)

1.1.7. Zeugma

Zeugma Gaziantep ilinin Nizip ilçesinin sınırları içerisinde yer alan antik kenttir. Birecik baraj gölüne kıyısı olduğu için Halfeti'ye gelen ziyaretçiler tekne turlarıyla buradan Zeugma Antik Kent'e kadar yolculuk yapabilmektedirler. Belkıs adıyla da anılan Zeugma tepelerin üzerine konumlandırılmış bir yerleşim alanıdır. Büyük İskender'in önem verdiği generallerinden biri olan I. Selevkos Nikator tarafından MÖ 300'de bugünkü yeri olan Fırat Nehri'nin kıyısında "Selevkeia Euphrate" adında bir yerleşim alanı olarak kurulmuştur. Burası aynı zamanda Büyük İskender'in ordusuyla Fırat Nehri'ni aştığı yerdir. General I. Selevkos Nikator bu kentin hemen karşısına da eşi "Apama" nın adını taşıyan ikinci bir kent kurmuştur. Sonrasında ise bu iki kenti

birbirine bağlayan bir köprü yapmıştır. Daha sonra Roma'ya bağlanan kent köprü ya da geçit anlamına gelen "Zeugma" adını almıştır. Altın çağını Romalılar döneminde yaşayan kent MS Sasaniler tarafından ele geçirilerek yakılıp yıkılmış tekrar eski haline gelememiştir. Birecik Barajı suları altında kalması dolayısıyla sadece belirli bir bölgede yapılan kazı çalışmalarında Zeugma'nın çok değerli mozaik eserlerine ve mühürlerine ulaşılabilmiştir. Sahip olunan bu tarihi kanıtlar dünyada sayılı olup bölge turizmi açısından oldukça önemlidir (Türkiye Kültür Portalı, 2021b).



Şekil 1.6. Zeugma (Türkiye Kültür Portalı, 2021b)

1.1.8. Halfeti batık cami ve köyleri

Birecik Barajı'nın su toplamasından sonra kırsalda yer alan birçok yerleşim yeri ve binalar sular altında kalmıştır. Savaşan Köyü, Çekem Köyü ve Eren Köyü bunlara örnektir. Bu yerleşim alanlarının sular altında kalması ile çok farklı ve ilginç görüntüler ortaya çıkmıştır. Bugün bu alanlara Halfeti'den kalkan tekneler ile geziler düzenlenmekte ve ziyaretçiler için ilginç manzaraların bulunduğu fotoğraflar çekebilmek için imkânlar sunulmaktadır. Ayrıca yine bu alanlarda yaşayan yerel halk

tarafından kafe ve lokantalar hizmet sunmaktadır. Diğer taraftan gruplar halinde gelen kişilerin yine bu alanlarda dinlenmeleri ve piknik yapabilmeleri amacıyla mesire alanları oluşturulmuştur.



Şekil 1.7. Batık köy 1 (Fidan, 2019)



Şekil 1.8. Batık köy 2 (Fidan, 2019)



Şekil 1.9. Batık köy 3 (Fidan, 2019)

1.1.9. Değirmendere vadisi

Halfeti sınırları içerisinde yer alan Değirmendere çayı eski Halfeti'nin yukarısındaki dağlardan doğar ve Fırat Nehri'ne dökülür.



Şekil 1.10. Değirmendere çayı ve doğal havuz (Baydan, 2017)

Değirmendere vadisi; Değirmendere çayının akış yolu üzerinde ve Halfeti'nin kuzeydoğusunda yaklaşık iki kilometrelik alanı kapsamaktadır. Vadi birçok endemik bitki ve canlı türüne ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca doğa yürüyüşü rotası bakımında da oldukça uygun bir yapıya sahiptir. Yürüyüş rotası üzerinde birçok doğal havuzlar, tarihi su kanalları, tahıl değirmenleri ve el oyması ya da doğal oluşmuş mağaralar yer almaktadır.



Şekil 1.11. Değirmendere vadisinde el oyması mağara (Baydan, 2017)

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Tezin literatür araştırması; kırsal turizm, kırsal kalkınma ve kırsal turizm ilişkisini inceleyen çalışmalar üzerine yapılmıştır. Bu kapsamda; makale, tez ve raporlar taranmış olup tarama sonuçları tarih sırasına göre aşağıda verilmiştir.

Lane (1994) kırsal turizmin ne olduğunu ve nasıl başarılı olduğunu incelediği araştırmasında; kırsal turizmi, yoğunluk ve bölgeye göre değişiklik gösterebilen farklı özelliklere sahip ayrı bir turizm faaliyeti olarak tanımıştır. Tarım turizmi ile kırsal turizm arasındaki farkları tartışarak, kırsalda turizm ile sürdürülebilir turizm kavramı arasında neden özel bir ilişki olması gerektiğini ortaya koymuştur. Çiftlik temelli kırsal turizmin, küçük çiftlik büyüklüğü, ilginç ve çekici manzara varlığı, ticari ve geleneksel ürün satılan pazarlara yakınlık, kırsal bölgelerden geç göçün neden olduğu geleneksel kasaba/ülke bağlantılarının güçlü bir kombinasyonu nedeniyle Avrupa'nın pek çok bölgesinde (hepsi değil) başarılı olduğunu dolayısıyla kırsal turizmin özel kategoride değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıca yukarıda belirtilen faktörlerin bir kısmının veya tamamının eksik olduğu bölgelerde, kırsal turizmin gelişiminin yavaş olacağını ileri sürmüştür.

Wilson ve ark. (2001) tarafından yapılan çalışmada; kırsal toplulukların turizmi ve girişimcilik fırsatlarını başarılı bir şekilde geliştirmesine yardımcı olan faktörleri in neler olduğu belirlenerek incelenmiştir. Araştırmacılar; 1970'lerden bu yana, Avrupa'da ekonomik yeniden yapılanma ve çiftlik krizinin kırsal toplulukların ekonomik fırsatlarını azalttığını belirtmiştir. Bu değişikliklerin, kırsal toplulukların ekonomik kalkınma seçeneklerini sınırlandırdığını, eski kalkınma stratejilerini daha az uygulandığını ve kırsal toplulukların birçoğunu var olabilmek için geleneksel olmayan yollar aramaya zorladığını savunmuştur. Geleneksel olmayan en popüler kırsal kalkınma stratejilerinden biri olarak; gelir getirme, istihdam yaratma ve diğer sektörleri etkileme kabiliyeti nedeniyle turizm ve bununla ilişkili girişimcilik fırsatları olduğunu bildirmiştir. Araştırmada; altı kırsal Illinois topluluğundaki yerel iş adamları

ve liderlerle birkaç odak grubu gerçekleştirildiğini, bu kapsamda turizmin gelişmesine toplum yaklaşımının önemini, kırsal turizmin gelişmesi ve girişimciliğinin, turizme doğrudan ve dolaylı olarak dâhil olan iş adamlarının katılımı ve işbirliği olmadan çalışamayacağını bildirmiştir.

Soykan (2003) "Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi" başlıklı çalışmasında; Türkiye turizminin gelişmesinde kırsal turizmin önemi ve etkilerini incelenmiştir. Araştırmacıya göre kırsal turizmin en önemli iki özelliği; kırsal turizm faaliyetinin kırsal alanlarda bulunan yerleşik mekânlar ile iç içe olması ve doğaya ya da doğal kaynaklara dayalı bir faaliyet türü olmasıdır. Kırsal turizmin yaratmış olduğu bir olumlu etkiden dolayı turizm sektörünün geliştiği birçok gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde kırsal turizm ya alternatif turizm faaliyetidir ya da var olan turizm sektörünün tamamlayıcısıdır. Bundan dolayı öneminin de her geçen gün arttığını, Türkiye'nin doğası ve doğal kaynakları dolayısıyla kırsal turizm potansiyeli yüksek bir ülke olduğunu, kırsal turizm faaliyetleri aracılığı ile Türkiye'nin doğal zenginlikleri ve kültürel mirasının ekonomik anlamda daha fazla değerlendirilebileceğini, böylelikle ülkemizin uluslararası arenada tanınırlık düzeyinin de arttırılabileceğini savunmuştur.

Kadanalı ve Yazgan (2012) "Kırsal Turizmin Ekonomik-Sosyal ve Çevresel Etkileri" başlıklı çalışmada; kırsal turizmin tek yönlü olarak ekonomik değil bunun yanı sıra sosyo-kültürel ve çevre etkilerini araştırarak; kırsal turizm faaliyetlerin yürütüldüğü bölge ve kırsal alanlarda halkın ekonomik anlamda gelirlerinde artış sağlanabildiğini, ancak bu alanlarda zirai faaliyetler ile uğraşan ailelerin kırsal turizme tamamen yoğunlaşmasının olumsuz etki yaratabileceğini ortaya koymuştur. Diğer taraftan kırsal kadınların kırsal turizm aracılığı ile aktif olarak çalışma hayatında yer almalarının sosyal gelişim açısından önemini ve kırsal turizm faaliyetlerinin, tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu bölgelerde ekonomik anlamda tamamlayıcı bir nitelik taşıması gerektiğini vurgulamıştır.

Akbulak (2016) "Ardahan İlinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Sayısallaştırılmış SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi" başlıklı çalışmasında; öncelikli olarak Ardahan ilinin kırsal turizm potansiyelini ortaya koyarak, kırsal turizm potansiyelinin daha iyi değerlendirilebilmesi için stratejiler geliştirip, öneriler sunmuştur. Çalışma kapsamında, Ardahan ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilebilmesi amacıyla yedi adet strateji önerilmiştir. Bunlar önem sırasına göre; 1)Kırsal turizm yapısının, rotasının ve envanterinin çıkarılması, 2)Sahip olunan turizm değerlerinin belirlenerek tanınırlığının yapılması, 3)Turizm ile ilgili paydaşların belirlenerek bunlar arasındaki işbirliği köprüsünün kurulması, 4)Yerel halka girişimcilik ve kırsal turizm eğitimlerinin verilmesi, 5)Ev ve butik pansiyonculuk sisteminin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi, 6)Ulaşıma yönelik altyapının yenilenmesi ve iyileştirilmesi ve son olarak 7)Kırsal turizmin her anlamda sürdürülebilir bir yapıda olmasının sağlanmasıdır.

Güney ve Göller (2016) "Kırsal Turizm Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımının Belirlenmesi: Misi Köyü Örneği" başlıklı çalışmada; Bursa ili sınırları içerisinde yer alan Misi köyünde yaşamını sürdüren yerel halkın kırsal turizme yönelik yaklaşımlarını belirlemeye çalışılarak, araştırma alanı olan Misi köyünün Bursa ilinin en eski yerleşim yerlerinden birisi olduğunu ileri sürmüştür. Köyün, sahip olduğu nitelikleri itibariyle kırsal turizm potansiyelinin de oldukça yüksek olduğunu, yürütülen kırsal turizm faaliyetlerinin köyün ekonomisinde önemli bir yer tuttuğunu, ancak yerel halkın, köyün sahip olduğu potansiyeli tam olarak kullanmadığını ve bunun en önemli nedeninin köydeki turistik tesis sayısının yetersizliği olduğunu savunarak, kırsal turizm gelirlerinin istenilen düzeyde olmadığını ortaya koymuştur. Bunun için ilgili kurumların köyün niteliğini bozmadan altyapı çalışmaları ve tanıtım faaliyetlerinde bulunması gerektiğini bildirmiştir.

Ongun ve ark. (2016) tarafından yapılan "Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi" başlıklı araştırmada; Yeşilova ilçesinin kırsal turizm açısından zayıf ve güçlü olan yönlerini belirleyerek, yine aynı konu üzerinde karşı karşıya olduğu tehdit ve fırsatları da ortaya konulmuştur. Ayrıca

Yeşilova'nın en güçlü yönü olarak yılın on iki ayı kırsal turizm yapılacak destinasyon alanına sahip olması; en zayıf yönü ise ilçede kırsal turizm için ihtiyaç duyulan girişimcilik kültürünün bulunmaması şeklinde ifade edilmiştir. İlçenin uluslararası havaalanlarına yakın olması fırsat olarak öne çıkarken, özellikle ilçenin sahip olduğu doğal kaynakların ve mirasların kirlenme ile karşı karşıya kalması en önemli tehdidi oluşturmaktadır. Araştırmacılar ortaya koydukları bu unsurlar çerçevesinde paydaşlar tarafından planlamaların yapılması ve uygulamaların devreye konulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Çetin ve ark. (2017) tarafından yapılan "Kırsal Alanlarda Sürdürülebilir Kırsal Turizm ve Kocaeli-Kandıra Kırsal Turizm Gelişimi Modeli" başlıklı çalışmada; kırsal alanlarda istenilen düzeyde bir kalkınmanın sağlanabilmesi için turizmin kullanılabileceğini, kırsal turizm özellikle sosyo-ekonomik olarak gelişmemiş ya da gelişmekte olan ve kalkınmada sorun yaşayan alanlarda fırsat sunabileceğini; toplumların sosyolojik, ekonomik ve kültürel yapı dinamiklerinin değişmesi nedeniyle turizm faaliyetlerinin de kıyı turizmi gibi geleneksellikten uzaklaştığını öne sürmüştür. Ayrıca turizm talebinin geleneksel faaliyetlerden kırsal alanlara yöneldiğini, ancak bu yönelişin kırsal alanların niteliğinin bozulması ve çevre kirliliği gibi tehlikeleri de beraberinde getirdiği belirtilmiştir. Bu nedenle kırsal alanlarda yapılacak turizm faaliyetlerinin ve etkinliklerinin sürdürülebilirlik stratejileri kapsamında yapılması oldukça önemli olduğu, bu nedenle tüm paydaşların önceliğinin özellikle Kandıra ilçesinin kırsal alanlarda uygulanabilir "Sürdürülebilir Kırsal Turizm Modeli" üzerinde olmasının gerekliliğini savunmuştur.

Akyürek ve ark. (2018) tarafından yapılan "Gümüşhane İlinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Kırsal Turizm Hakkındaki Görüşleri (Zigana Köyü Örneği)" başlıklı çalışmada; köyde yaşayan halkın kırsal turizme ilişkin görüşlerini ortaya koyarak, köyün kırsal turizm potansiyeli araştırılmıştır. Bu kapsamda; kırsal turizmin araştırma yapılan alanda kalkınmayı sağladığı; en önemlisi kırsal turizm faaliyetlerinin, tarımsal faaliyetler dışında istihdam yaratma konusunda başarılı olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca; kırsal turizm faaliyetleri aracılığı ile kırsal mirasın

envanteri çıkarılarak korunması ve değerler ile birlikte gelecek kuşaklara aktarılması sağlanmıştır. Diğer bir etkisi ise kırdan kente olan göç trafiğini de azalttığı, kentleşme sorunlarının önlenmesi ve kırsal alanların korunması açısından önemli olduğu, yerel halkın kırsal turizm faaliyetlerinden memnuniyeti, ancak diğer çalışmalarda da ortaya çıktığı gibi potansiyelin tam olarak kullanılmadığı bunun da en önemli sebebinin altyapının yetersizliği olduğu belirtilmiştir.

Khartishvili ve ark. (2019) tarafından Gürcistan'da yapılan çalışmada; ülkede kırsal turizmin kurumsallaşması için fikirler geliştirilerek, bununla ilgili politikalar önerilmiştir. Araştırmada; Gürcistan'ın kırsal bölgelerinde turizm uzun bir geleneğe sahip olduğu, ancak, Sovyet döneminde merkezi olarak planlanmış bir ekonomi ve zorunlu kolektivizm çerçevesinde birçok yapı gelişemediği öne sürülmüştür. Bugün kırsal turizm, ulusal hükümet ve uluslararası işbirliği ortakları tarafından bölgesel kalkınma aracı olarak ve tarımsal alanlarda ve dağlık bölgelerde alternatif bir istihdam kaynağı olarak geniş çapta tartışılmaktadır. Araştırma yöntemleri bir belge analizi, çeşitli paydaşlarla nitel görüşmeler ve odak grup tartışmalarından oluşmaktadır. Gürcistan'da kırsal turizmin gelişmesinin son eğilimlerini ve zorluklarını, toplum temelli turizm ve entegre kırsal kalkınma kavramına odaklanarak analiz edilmiştir. Kırsal turizm ürünleri ile ilgili olarak ulusal düzeyde turizm pazarlamasının mevcut yapısının zorlukları da gözden geçirilmiştir. Araştırmanın temel bulguları, kırsal turizm için ulusal düzeyde stratejik konular ve kırsal turizmin genel normları üzerinde çalışacak merkezi bir öncü yapı oluşturmaya yönelik tavsiyeleri içermektedir. Aynı zamanda, yerel paydaşlarla yakın işbirliği içinde bölgesel mevzuat ve pazarlamadaki genel hükümleri entegre edecek destinasyon yönetimi organizasyonlarının geliştirilmesi de önerilmiştir.

Martínez ve ark. (2019) çalışmalarında; İspanya'da bir grup kırsal destinasyonun mevsimsellik seviyesini kıyı ve kentsel destinasyonlar ile karşılaştırmaktadır. Araştırmacılara göre; turizm, kırsal ortamların sürdürülebilir kalkınmasında kilit bir sektördür. İstikrarlı istihdam ve kabul edilebilir düzeyde kâr yaratma kabiliyeti, yıl boyunca turizm faaliyetlerinin istikrarı ile koşullandırılmıştır. Bunu yaparak, kırsal

ortamda mevsimsellikle ilgili sorunların olup olmadığını belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada ikinci amaç birincisi ile ilgilidir: İkinci amaç; Mesafe Yöntemi (DP2) sentetik göstergesine dayalı olarak mevsimselliğin yoğunluğunu ölçebilen yeni, daha kapsamlı ve objektif bir metodoloji önerisidir DP2 göstergesi, mevsimselliğin farklı temsili değişkenleri hakkındaki bilgileri gruplandırır. Çalışma, İspanya'daki başlıca turistik noktaları referans olarak almıştır. Analiz, kıyı destinasyonlarında mevsimsellik çok daha yüksek olduğundan, kırsal turizmin yıllık istikrar seviyesinin, en istikrarlı olan kent turizminin istikrarından uzak olmadığı sonucuna varılmıştır.

Xue ve Kerstetter (2019) çalışmalarında; geçim kaynakları daha önce tarıma bağlı olan ve şimdi kırsal turizme dayanan çiftçilerin yaşadıkları geçişlere dair fikir edinmek için Çin'in Chongdu Vadisi'nde etnografik saha çalışması yapmışlardır. Araştırmacılara göre; kırsal turizm genellikle kırsal kalkınma ve yoksulluğun azaltılması için iyi bir seçenek olarak kabul edilir. Ancak, yeni bir geçim kaynağı olarak bölge sakinlerinin kırsal turizme adaptasyonunun ayrıntılı incelenmesi de gerekmektedir. Araştırmada turizmin gelişmesinden önceki ve sonraki ayrıntılı geçim kaynakları faaliyetleri ve yerel halkın dâhil olduğu uyum süreci ortaya çıkarılmıştır. Sonuçlar; kırsal turizmi yeni bir geçim kaynağı olarak benimsemenin sürekli müzakere, değerlendirme ve katılımı gerektirdiğini göstermiştir. Ayrıca, kırsal kesimde yaşayanlara turizm endüstrisindeki, özellikle pazarlama, iş operasyonları ve müşteri yönetimi konularında becerilerini ve bilgilerini geliştirmeleri için eğitim fırsatları sağlanmalıdır. İç ve dış kaynakları görece sınırlı olan dezavantajlı kişiler bu eğitimlere daha çok ihtiyaç duymaktadır. Hükümet yetkilileri ayrıca kalkınma planlarını ve turist tahmin istatistiklerini paylaşmada daha şeffaf olmalıdır, böylece toplumun her üyesi aynı bilgiyi paylaşabilir. Topluluk içinde dengeli bir gelişmeyi kolaylaştırmak için topluluk katılımı ve yetkilendirme içeren kapsayıcı bir politika oldukça teşvik edilmektedir.

Fang (2020) "Tourism in Emerging Economies" başlıklı kitabında; kırsal turizmi öncelikle yerel halka fayda sağlayabilecek bir enstrüman olarak görmektedir. Bu beraberinde ekonomik, sosyal kalkınma ve yenilenmeyi getirecektir. Kırsal turizm

özellikle geleneksel tarım endüstrisinin gerilemek zorunda olduğu kırsal alanda, etkili bir gelir ve istihdam kaynağı olarak yer almaktadır. Ancak son zamanlarda geleneksel turizm yöntemi ile faaliyet veren alanlar ve işletmeler, turizm ürünlerini ve pazarını çeşitlendirmek için bazı yerleşik turizm alanlarını kırsal turizme çevirmişlerdir. Bu durum bile kırsal turizmin günümüzde turizm endüstrisinin gelişmesinde en hayati araçlardan biri olarak yer aldığını göstermektedir. Tarım endüstrisinin çöküşünü veya uzak marjinal tarım alanlarının macera veya kültür turizminde çeşitlenmesini takip edecek nesiller gibi, turizmi bir büyüme çekimi olarak teşvik etmek için gelişimsel nedenler vardır. Ayrıca, kırsal kesimde yaşayanlar için tarım dışı sektörde alternatif bir gelir kaynağı yaratılmasına izin vermek için birçok fayda sağlayabilir. Kırsal turizmden elde edilen ek gelir, kaybedilen halk sanatları ve el sanatlarının yeniden canlanmasına katkı sağlamaktadır. Kırsal ve kentsel ekonomik değişimin ideal ve doğal bir yöntemidir.

Rosalina ve ark. (2021) çalışmalarında; kırsal turizm kavramının literatürdeki yerini ve yaklaşımlarını araştırmışlardır. Sistematik bir nicel literatür taraması yoluyla; kırsal turizm tanımlarını, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde karşılaşılan zorlukları araştırarak önceki literatürü genişletmişlerdir. Literatür araştırması sonucunda; kırsal turizmin "konum, sürdürülebilir kalkınma, toplum temelli özellikler ve deneyimleri" içeren dört temel öğeyi içerdiğini tespit etmişlerdir. Daha sonra bu öğeler içerisinden hangilerinin kullanıldığını ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre araştırmışlardır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kırsal turizm, ana tanımlayıcı özellik olarak konumu vurgularken, sürdürülebilir kalkınma ve toplum temelli yönler, gelişmekte olan ülkelerle ilgili literatürde öne çıkmakta ve deneyim boyutu, gelişmiş ülkelerle ilgili literatürde daha sık yer almaktadır. Ayrıca kırsal destinasyonların iç ve dış zorluklarla karşı karşıya olduğunu tespit etmişlerdir. Gelişmiş ülkelerde dış zorluklar daha büyük olmasına rağmen, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için en büyük zorluklar, iç kaynaklarla ilgili sorunlardan kaynaklanmaktadır.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1. Materyal

Çalışmanın ana materyalini; Halfeti ilçesini günübirlik ya da konaklama amacıyla ziyarete gelen misafirlerden elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Birincil veriler sadece nitel değil nicel araştırma yöntemlerinde de kullanılabilmektedir. Birincil veriler araştırma problemi ile ilgili ve bu problemin etkilendiği değişkenlerin tespiti ile ilgili ihtiyaç duyulan verilerin, araştırmacı veya araştırmacılar tarafından bizzat toplanması ile oluşmaktadır. Birincil verilerin toplanmasında en çok başvurulan yöntemler; gözlem, focus/odak grup görüşmeleri, biçimsel/biçimsel olmayan mülakat yöntemleridir (Altunışık ve ark., 2020; Lorcu, 2015). Tezin ana materyalini oluşturan birincil verilerin toplanmasında biçimsel mülakat yöntemi yani anket yöntemi kullanılmıştır. Bununla birlikte bazen araştırma konusu ile ilgili sahadan alınamayacak veriler için ya da araştırmacılar tarafından toplanan saha verilerinin tartışılabilmesi için önceden yapılmış olan akademik çalışmaların ortaya koyduğu, kurum, kuruluş, dernek, örgüt veya kişilerin hazırlamış olduğu raporlar ve istatistiki verilerden de faydalanılmıştır. Bu tür veriler ikincil tür verileri oluşturmaktadır (Lorcu, 2015).

3.2. Yöntem

Çalışmanın ana materyali oluşturan birincil verilerin elde edilmesinde biçimsel mülakat yöntemlerinden bir tanesi olan anket yöntemi kullanılmıştır. Anket yönteminde araştırma hipotezlerinin test edilmesi için ihtiyaç duyulan ve değişkenler arasındaki ilişkilerin ortaya konulabilmesi amacıyla, uygun sorular araştırmacılar tarafından hedef kitle olan katılımcılara yöneltilir. Anket sorularının hazırlanmasında kırsal turizm konulu akademik araştırmalardan faydalanılmıştır (Akbulak, 2016; Akyürek ve ark., 2019; Doğan, 2012; Fleischer ve Pizam, 1997; Güney ve Göller, 2016; Khartishvili ve ark., 2019; Molera ve Pilar, 2007; Yurddaş, 2019). Bu

araştırmalarda kullanılan sorular ve değişkenler tez konusu, araştırmanın amacı ve araştırma sahasının niteliği dikkate alınarak revize edilmiştir. Tez araştırmasında kullanılan anket formu iki sayfadan oluşmaktadır. Anket formunda sorulan sorular dört ana başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar; 1. Sosyo-demografik özellikler, 2. Ekonomik özellikler, 3. Tercih nedenleri ve beklentileri karşılama durumu ve 4. İstenilen yeniliklerdir. Anket formu için Harran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 15.02.2021 tarihinde 11702 sayılı onay/uygunluk kararı alınmıştır.

Anket uygulanacak misafir sayısının yani örneklemin hesaplanabilmesi için evren büyüklüğü bilgisine ihtiyaç duyulmuştur. Konuyla ilgili Halfeti Belediyesi ve Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (ŞKTM) verilerinden faydalanılmıştır. Kurumların verilerine göre 2019 yılında Halfeti ilçesini yaklaşık 600 bin kişinin ziyaret ettiği tespit edilmiştir (TRT, 2019; TCCİB, 2019). Halfeti ilçesini yıl içerisinde yaklaşık 600 bin kişinin ziyaret ettiği dikkate alınarak örneklem hesaplanmıştır. Örneklemin hesaplanmasında hata payı ±%5 güven seviyesi ise %95 alınarak "kolayda örnekleme yöntemi" kullanılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014). Örneklem hesaplanmasında kullanılan formül 3.1 aşağıda verilmiştir.

$$n = \frac{N \times t^2 \times p \times q}{[d^2 \times (N-1)] + [(t^2 \times p \times q)]} = \frac{600\,000 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{[0.05^2 \times (600\,000-1)] + [(1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)]} \cong 385 \quad (3.1)$$

Yukarıda verilen 3.1 formülünde; "n" hesaplanan örneklem büyüklüğüdür. Hesaplamada kullanılan evrendeki ziyaretçi sayısı "N" ile gösterilmiştir. Formülde "t" önceden belirlenen güven seviyesinde t tablosunda yer alan teorik değerdir. Bu değer daha önce belirtilen hata payı ve güven seviyesine göre tablodan 1.96 olarak tespit edilmiştir. Formülde kullanılan "d" kabul edilen örnekleme hatası olup, araştırmada ±%5 yani 0.05 olarak belirlenmiştir. Formülde kullanılan "p" incelenen olayın görülme sıklığı ya da gerçekleşme olasılığıdır. Formülde kullanılan "q" ise gerçekleşmeme olasılığıdır. En yüksek örneklem hacmine ulaşabilmek adına p ve q değerleri 0.5 olarak alınmıştır. Değerler formülde yerlerine yerleştirildiğinde örneklem büyüklüğü 385 ziyaretçi olarak hesaplanmıştır. Araştırma sahası olan Halfeti ilçesinde 385 ziyaretçi ile yüz yüze görüşülerek anket yapılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA

4.1. Demografik Bulgular

Molera ve Pilar'a (2007) göre kırsal turizm faaliyetlerine katılan ziyaretçi profili genellikle genç ve orta yaş grubunda yer alan bireylerden oluşmaktadır. Bu yaş grubundaki kişileri kırsal turizm alanlarına iten temel nedenler ise; huzur, doğa, rahatlık, özgürlük ve standart yaşam koşullarından uzaklaşma isteğidir (Molera ve Pilar, 2007). Dolayısıyla kırsal turizm "yetişkin ve yaşlı turizmi" ve "aile turizmi" olarak bilinmektedir (Soykan, 2003).

Araştırma sahasında görüşme yapılan ziyaretçilerin cinsiyetine ilişkin bilgiler Çizelge 4.1'de verilmiştir. Görüşme yapılan ziyaretçilerin %51.7'si (199 kişi) kadın, %48.3'ü (186 kişi) erkektir.

Çizelge 4.1. Cinsiyet

Cinsiyet	Frekans (n)	%
Kadın	199	51.7
Erkek	186	48.3
Toplam	**385**	**100.0**

Araştırma sahasında görüşme yapılan ziyaretçilere ilişkin yaş bilgileri çizelge 4.2'de verilmiştir. Ziyaretçilerin %83.6'sı (322 kişi) 39 yaş ve altındadır. Ziyaretçilerin ortalama yaşı 29.89 yıldır. Kadın ziyaretçilerin ortalama yaşı 29.32 yıl, erkeklerin ise 30.50 yıldır.

Çizelge 4.2. Yaş

Yaş Grubu	Frekans (n)	%
18-23	109	28.3
24-29	126	32.7
30-39	87	22.6
40-49	33	8.6
50 ve üzeri	30	7.8
Toplam	**385**	**100.0**
Ortalama	**29.89**	

Ankara ilinin Ayaş ilçesinin kırsal turizm potansiyeline ilişkin yapılan bir araştırmada 98 ziyaretçi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Ziyaretçilerin %44.9'unu kadınlar %55.1'inin erkekler olduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada ziyaretçilerin %21.4'ünün 26-35 yaş, %22.4'ünün ise 46-55 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir (Doğan, 2012). Türkiye'de kırsal turizm konusunda oldukça bilinen alanlardan biri olan Şirince ile ilgili yapılan bir araştırmada, ziyaretçilerin %52.4'ünün erkek, %47.6'sının ise kadın olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu olan %26'sının ise 35-45 yaş aralığında olduğu belirtilmiştir (Çolak, 2009). Sırbistan ve Avusturya'da kırsal turizm hizmetinden faydalanan bireylerin profilleri üzerine yapılan bir araştırmada, Sırbistan'ı ziyaret edenlerin büyük çoğunluğu olan %37.3'ünün 30-39 yaş aralığında, Avusturya'yı ziyaret edenlerin büyük çoğunluğu olan %35.3'ünün ise 18-29 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir (Tomić ve ark., 2020). İsrail'de kırsal turizm alanlarını ziyaret edenlerin profilleri üzerine yapılan bir araştırmada, ziyaretçilerin yaşlarının 30-40 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir (Fleischer ve Pizam, 1997). Genel anlamda değerlendirildiğinde gerek yurt içinde gerekse yurt dışında kırsal alanlara yönelim yapılan turizm faaliyetlerinin orta yaş ve altındaki bireyler tarafından gerçekleştirildiği söylenebilir. Araştırma sahasında da özellikle yaş konusunda diğer yerli ve yabancı akademik çalışmalarda yer alan sonuçlara benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırma alanında görüşme yapılan ziyaretçilere ilişkin medeni hâl durumu Çizelge 4.3'de verilmiştir. Ziyaretçilerin %58.7'si (226 kişi) bekârdır. Cinsiyet dağılımına ilişkin değerlendirme yapılacak olunursa kadınların %59.3'ü (118 kişi), erkeklerin %58.1'i (108 kişi) bekârdır.

Çizelge 4.3. Cinsiyete göre medeni hâl

Cinsiyet	Medeni Hâl				Toplam	
	Evli		Bekâr			
	Frekans (n)	%	Frekans (n)	%	Frekans (n)	%
Kadın	81	40.7	118	59.3	199	100.0
Erkek	78	41.9	108	58.1	186	100.0
Toplam	**159**	**41.3**	**226**	**58.7**	**385**	**100.0**

Araştırma sahasında kırsal turizm faaliyetlerinden faydalananların çoğunlukla orta yaş ve altı bireylerden oluştuğu ve bu sonucun diğer akademik çalışmalar ile benzerlik gösterdiği daha önce belirtilmişti. Ancak araştırma alanında medeni hâl ile ilgili elde edilen bulgular konusunda diğer akademik çalışmalardan elde edilen bulgular ile farklılıklar bulunmaktadır. Kırsal alanları ziyaret edenlerin profilleri üzerine yapılan diğer akademik çalışmalarda, kırsal turizm faaliyetlerine çoğunlukla evli aile bireylerinin katıldığı tespit edilmiştir (Çolak, 2009; Doğan, 2012; Fleischer ve Pizam, 1997; Tomić ve ark., 2020). Araştırma sahasındaki bulgularda ise bekâr ziyaretçi oranın daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırma alanında görüşme yapılan ziyaretçilerin cinsiyete göre eğitim düzeyleri Çizelge 4.4'de verilmiştir. Genel anlamda değerlendirildiğinde ziyaretçilerin büyük çoğunluğu olan %65.5'i (252 kişi) lisans/lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Kadın ve erkeklerin eğitim düzeyleri ile ilgili çok büyük bir farklılık olmamakla beraber kadın ziyaretçilerin eğitim düzeyinin erkek ziyaretçilere göre biraz daha yüksek olduğu söylenebilir.

Çizelge 4.4. Cinsiyete göre eğitim düzeyi

Eğitim Düzeyi	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek			
	Frekans (n)	%	Frekans (n)	%	Frekans (n)	%
İlkokul	17	8.5	13	7.0	30	7.8
Ortaokul	8	4.0	21	11.3	29	7.5
Lise	41	20.6	33	17.7	74	19.2
Lisans/Lisansüstü	133	66.9	119	64.0	252	65.5
Toplam	**199**	**100.0**	**186**	**100.0**	**385**	**100.0**

Araştırma sahasında elde edilen eğitim ile ilgili bulgular, diğer akademik bulgular ile karşılaştırıldığında, gerek yurt içi gerekse yurt dışında yapılan diğer akademik çalışmalarda da kırsal alanları ziyaret eden turistlerin eğitim düzeylerine ilişkin benzer sonuçlar tespit edilmiştir. Kırsal turizm faaliyetlerine katılan ziyaretçilerin eğitim düzeyleri genellikle yüksektir (Çolak, 2009; Doğan, 2012; Fang, 2020; Fleischer ve Pizam, 1997; Molera ve Pilar, 2007; Tomić ve ark., 2020).

Araştırma alanında görüşme yapılan ziyaretçilerin hane gelirlerine ilişkin bulgular Çizelge 4.5'de verilmiştir. Ziyaretçilerin ortalama hane gelirleri 7 558.31 TL düzeyindedir. En yüksek gelir grubunda olan 10 000 TL ve üzeri gelir seviyesine sahip ziyaretçilerin oranı %13.8'dir.

Çizelge 4.5. Hane geliri (TL)

Yaş Grubu	Frekans (n)	%
4 000 ve altı	105	27.3
4 001 – 6 000	114	29.6
6 001 – 10 000	113	29.4
10 000 üzeri	53	13.8
Toplam	**385**	**100.0**
Ortalama	**7 558.31**	

Halfeti'yi ziyaret eden turistlerin cinsiyetleri, yaşları, medeni hâl durumlar ve ziyaretlerinin çoğunlukla günübirlik gezi niteliğinde olması dikkate alındığında ziyaretçilere ilişkin tespit edilen gelir bulguları normal bir düzeydedir.

4.2. Verilerin Analizleri

4.2.1. Halfeti ile ilgili görüşler

Araştırma kapsamında Halfeti'yi ziyarete gelen bireylerin sosyo-demografik profillerini ortaya koyduktan sonra Halfeti ile ilgili görüşleri, Halfeti'nin kırsal turizm potansiyeline yönelik yaklaşımları ve beklentilerine ilişkin bilgiler toplanmıştır. Çalışmada araştırmaya dâhil olan ziyaretçilere belirtilen hususlara yönelik 23 maddeden oluşan ifadeler yöneltilmiştir. Ziyaretçilerin kendilerine yöneltilen ifadelere 1'den 5'e kadar puan vermeleri istenmiştir. Puanlamada "1. Kesinlikle katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3.Ne katılıyorum ne de katılmıyorum 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle katılıyorum" görüşlerine karşılık gelmektedir. İlk olarak katılımcılara yöneltilen ifadelere faktör analizi uygulanmıştır.

Faktör analizi birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda, kavramsal olarak anlamlı ve birbirinden bağımsız yeni değişkenler (faktörler,

boyutlar) haline getiren çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Aksu ve ark., 2017; Büyüköztürk, 2002; Kalaycı, 2010; Karagöz, 2018). Faktör analizi ile elde edilen her bir yeni değişkene ait faktör skorlarının özelliği normal dağılım şartını sağlıyor olmaları ve çoklu bağlantı problemi taşımıyor olmalarıdır. Elde edilen skorlar birer değişken olarak başka analizlerde kullanılabilir (Kalaycı, 2010).

Faktör analizi ile elde edilen toplam açıklanan varyans değerleri Çizelge 4.6'da verilmiştir. Çizelgeye bakıldığında 23 ifadenin özdeğeri 1'den büyük 7 faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörlere ait toplam açıklanan varyans değeri %67'dir. Analize ait Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü 0.835'dir (0.835>0.50). Bartlett Testi ise 0.000 (p=0.000<0.05) düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Bu sonuçlara göre çalışma verisinin faktör analizi için uygun olduğunu söylemek mümkündür.

Çizelge 4.6. Toplam açıklanan varyans değerleri

Faktör	Başlangıç Özdeğerleri			Dönüşüm Sonrası Kareli Yüklerin Toplamı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif Varyans (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif Varyans (%)
1	6.201	26.961	26.961	3.170	13.781	13.781
2	2.435	10.585	37.546	2.397	10.421	24.203
3	2.002	8.706	46.252	2.307	10.030	34.232
4	1.385	6.020	52.271	2.290	9.955	44.187
5	1.305	5.674	57.946	1.934	8.408	52.595
6	1.071	4.654	62.600	1.805	7.849	60.444
7	1.014	4.409	67.009	1.510	6.565	67.009
8	0.823	3.580	70.589			
9	0.717	3.116	73.705			
10	0.669	2.910	76.615			
11	0.617	2.680	79.295			
12	0.559	2.430	81.725			
13	0.531	2.308	84.033			
14	0.520	2.261	86.294			
15	0.511	2.220	88.514			
16	0.472	2.054	90.568			
17	0.444	1.932	92.500			
18	0.413	1.795	94.295			
19	0.377	1.641	95.936			
20	0.373	1.621	97.557			
21	0.225	0.979	98.536			
22	0.188	0.815	99.351			
23	0.149	0.649	100.000			

Her bir faktöre ait ifadeler ve bu ifadelere ait faktör yükleri Çizelge 4.7'de yer almaktadır. Birinci faktör toplam varyansın %13.781'ini açıklamaktadır. İlgili faktöre "misafirperverlik" adı verilmiştir. İkinci faktör toplam varyansın %10.421'ini açıklamaktadır. İlgili faktöre "kültürel ve doğal güzellik" adı verilmiştir. Üçüncü faktör toplam varyansın %10.030'unu açıklamaktadır. İlgili faktöre "fiziksel çevre" adı verilmiştir. Dördüncü faktör toplam varyansın %9.955'ini açıklamaktadır. İlgili faktöre "paranın karşılığı" adı verilmiştir. Beşinci faktör toplam varyansın %8.408'ini açıklamaktadır. İlgili faktöre "güvenlik" adı verilmiştir. Altıncı faktör toplam varyansın %7.849'unu açıklamaktadır. İlgili faktöre "sosyal etkinlik" adı verilmiştir. Yedinci faktör toplam varyansın %6.565'ini açıklamaktadır. İlgili faktöre "atmosfer" adı verilmiştir.

Çizelge 4.7. İfadeler ve faktör yükleri

İfadeler	Faktör Yükleri
Faktör 1: Misafirperverlik	
Yerel esnaf her konuda yardımcı oluyor	0.888
Yerel halk rahatsızlık vermiyor	0.862
Yerel halk her konuda yardımcı oluyor	0.839
Yerel esnaf rahatsızlık vermiyor	0.806
Faktör 2: Kültürel ve Doğal Güzellik	
Kültürel özellikler konusunda tatmin edici	0.822
Tarihi ve arkeolojik yerler konusunda tatmin edici	0.783
Doğal güzellikleri tatmin edici	0.735
Faktör 3: Fiziksel Çevre	
Her gelişimde daha güzel görüyorum	0.727
Bölgenin yeterince korunduğunu düşünüyorum	0.699
Genel anlamda çevrenin temizliği iyi	0.656
Çevre düzenlenmesi tatmin edici	0.603
Faktör 4: Paranın Karşılığı	
Tekne gezisi için ödenen bedel makul seviyede	0.792
Konaklama ücretleri makul seviyede	0.743
Hediyelik eşya fiyatları makul seviyede	0.657
Lokanta ve kafelerde fiyatlar makul seviyede	0.643
Faktör 5: Güvenlik	
Ailece gidilebilecek bir yer	0.802
Genel anlamda güvenilir bir yer	0.762
Faktör 6: Sosyal Etkinlik	
Sosyal aktiviteler tatmin edici	0.722
Açık alan faaliyetleri iyi	0.713
Düzenlenen tekne gezisi tatmin edici	0.540
Faktör 7: Atmosfer	
Halfeti'de farklı bir hayat tarzı var	0.845
Benzersiz özelliklere sahip	0.564
Sessiz ve sakin bir yer	0.525

Faktör analizi uygulaması sonucu ile elde edilen faktörlerin güvenirliliğini test edebilmek amacıyla Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları hesaplanmıştır. Sonuçlar Çizelge 4.8'de verilmiştir. Çizelgeye bakıldığında ifadelerin tamamına ait Cronbach Alpha katsayısı 0.865 bulunmuştur. Bu sonuca göre ifadeler yüksek güvenirlik düzeyeni sahiptir. Faktör bazında güvenirlik katsayıları incelendiğinde, misafirperverlik, kültürel ve doğal güzellik, fiziksel çevre ve paranın karşılığı faktörlerinin yüksek güvenirlik düzeyine sahip olduğu, güvenlik ve sosyal etkinlik faktörlerinin yeterli güvenirlik düzeyine sahip olduğu, atmosfer faktörünün ise düşük güvenirlik düzeyine sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.8. Faktörlere ilişkin Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları

Faktörler	Madde Sayısı	Cronbach Alfa
Misafirperverlik	4	0.898
Kültürel ve Doğal Güzellik	3	0.811
Fiziksel Çevre	4	0.741
Paranın Karşılığı	4	0.715
Güvenlik	2	0,680
Sosyal Etkinlik	3	0.654
Atmosfer	3	0.580
Toplam	**23**	**0.865**

Faktör analizi ile elde edilen faktörlere katılımda ziyaretçilerin "cinsiyet, yaş, medeni hâl, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi" özelliklerine göre bir farklılık olup olmadığını görmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü ANOVA'dan faydalanılmıştır. Bu aşamada "cinsiyet ve medeni hal" değişkenlerine bağımsız örneklem t-testi, "yaş, gelir ve eğitim" değişkenlerine ise tek yönlü ANOVA uygulanmıştır.

Tek yönlü ANOVA analizinde ilk olarak grup varyans eşitliği varsayımını test etmek amacıyla Levene testi uygulanmıştır. Varsayımı sağlamayan değişkenlerde ANOVA sonucu elde edilen F ve p değerlerini kullanamayız. Bunun yerine Brown–Forsythe ve Welch testlerinden biri tercih edilmeli ve bu testler sonunca elde edilen F ve p değerleri kullanılmalıdır (Taysı ve Çelik, 2018). Bu çalışmada Welch testi ile elde edilen değerler kullanılmıştır. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların

eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre "Misafirperverlik faktörüne" ilişkin analiz sonuçları Çizelge 4.9'da verilmiştir.

Çizelge 4.9. Misafirperverlik faktörüne ait analiz sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	t	*p*
Cinsiyet	1- Kadın 2- Erkek	199 186	0.298	0.766
Medeni hal	1- Evli 2- Bekâr	159 226	2.245	**0.025**
			F	
Yaş⁺	1- 18-23 2- 24-29 3- 30-39 4- 40-49 5- 50 ve üzeri	109 126 87 33 30	3.645	**0.008**
Gelir⁺	1- 4 000 ve altı 2- 4 001-6 000 3- 6 001-10 000 4- 10 000 üzeri	105 114 113 53	3.515	**0.016**
Eğitim	1- İlkokul 2- Ortaokul 3- Lise 4- Üniversite	30 29 74 252	0.335	0.800

1. += Varyansların homejenliği varsayımı sağlanamadığından Welch testi uygulanmıştır.
2. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.9'da yer alan analiz sonuçlarına ilk olarak cinsiyet değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=0.766>0.05$).

Çizelgeye medeni hâl değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.025<0.05$). Bu anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan grup ortalamalarına bakıldığında evli olan ziyaretçilerin bekâr olan ziyaretçilere göre misafirperverlik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile evli olan

ziyaretçiler Halfeti'de bulunun yerel halk ve esnafı bekâr olan katılımcılara göre daha misafirperver olarak görmektedirler.

Çizelgeye yaş değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.008<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Tamhane's T2 Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçilerin 40-49 yaş aralığında olan ziyaretçilere göre misafirperverlik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Yine test sonuçlarında yer alan diğer ortalama farklarına bakıldığında ise istatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte, 24-29 ve 30-39 yaş aralığında olan ziyaretçilerin 40-49 yaş aralığı ile 50 yaş ve üzerinde olan ziyaretçilere göre misafirperverlik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile genç yaşta olanlar daha yüksek yaş gruplarına göre Halfeti'de bulunan yerel halk ve esnafı daha az misafirperver olarak görmektedir.

Çizelgeye gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.016<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Tamhane's T2 Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, aylık 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilerin 4 000 TL ve altı ile 4 001-6 000 TL arası gelire sahip olan ziyaretçilere göre misafirperverlik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile yüksek gelire sahip olan ziyaretçiler Halfeti'de bulunan yerel halk ve esnafı daha düşük gelire sahip olan ziyaretçilere göre daha misafirperver olarak görmektedir.

Çizelgeye eğitim değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=0.800>0.05$).

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre "Kültürel ve doğal güzellik faktörüne" ilişkin analiz sonuçları Çizelge 4.10'da verilmiştir.

Çizelge 4.10. Kültürel ve doğal güzellik faktörüne ait analiz sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	t	*p*
Cinsiyet	1- Kadın 2- Erkek	199 186	-0.052	0.958
Medeni hal	1- Evli 2- Bekâr	159 226	1.398	0.163
			F	
Yaş	1- 18-23 2- 24-29 3- 30-39 4- 40-49 5- 50 ve üzeri	109 126 87 33 30	3.099	**0.016**
Gelir[+]	1- 4 000 ve altı 2- 4 001-6 000 3- 6 001-10 000 4- 10 000 üzeri	105 114 113 53	4.480	**0.005**
Eğitim	1- İlkokul 2- Ortaokul 3- Lise 4- Üniversite	30 29 74 252	1.456	0.226

1. += Varyansların homejenliği varsayımı sağlanamadığından Welch testi uygulanmıştır.
2. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.10'da yer alan analiz sonuçlarına cinsiyet ($p=0.958>0.05$) ve medeni hâl ($p=0.163>0.05$) değişkenleri için bakıldığında, değişkenlere ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir.

Çizelgeye yaş değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.016<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, 50 yaş ve üzeri olan ziyaretçilerin diğer yaş aralıklarında olan ziyaretçilere göre kültürel ve doğal güzellik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 50 yaş üzerindeki ziyaretçiler Halfeti'yi kültürel ve doğal güzellik konusunda diğer yaş gruplarına göre daha tatmin edici bulmaktadırlar.

Çizelgeye gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.005<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Tamhane's T2 Post-Hoc testi

sonuçlarına bakıldığında, aylık 4 001 - 6 000 TL arası gelire sahip olan ziyaretçilerin 4 000 TL ve altı ile 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilere göre kültürel ve doğal güzellik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile alt ve üst gelir aralığındaki ziyaretçiler Halfeti'yi kültürel ve doğal güzellik konusunda daha tatmin edici bulmaktadırlar.

Çizelgeye eğitim değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir (p=0.226>0.05).

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre "Fiziksel çevre faktörüne" ilişkin analiz sonuçları Çizelge 4.11'de verilmiştir.

Çizelge 4.11. Fiziksel çevre faktörüne ait analiz sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	t	*p*
Cinsiyet	1- Kadın 2- Erkek	199 186	0.724	0.469
Medeni hal	1- Evli 2- Bekâr	159 226	-2.383	**0.018**
			F	
Yaş[+]	1- 18-23 2- 24-29 3- 30-39 4- 40-49 5- 50 ve üzeri	109 126 87 33 30	4.188	**0.003**
Gelir	1- 4 000 ve altı 2- 4 001-6 000 3- 6 001-10 000 4- 10 000 üzeri	105 114 113 53	2.977	**0.031**
Eğitim[+]	1- İlkokul 2- Ortaokul 3- Lise 4- Üniversite	30 29 74 252	1.619	0.192

1. += Varyansların homejenliği varsayımı sağlanamadığından Welch testi uygulanmıştır.
2. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.11'de yer alan analiz sonuçlarına cinsiyet değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir (p=0.469>0.05).

Çizelgeye medeni hâl değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.018<0.05$). Bu anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan grup ortalamalarına bakıldığında bekâr olan ziyaretçilerin evli olan ziyaretçilere göre fiziksel çevre faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri anlaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile bekâr olan ziyaretçiler Halfeti'nin fiziksel çevresini evli olan ziyaretçilere göre daha yeterli görmektedir.

Çizelgeye yaş değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.003<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Tamhane's T2 Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçilerin 40-49 yaş aralığı ile 50 yaş ve üzeri olan ziyaretçilere göre fiziksel çevre faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçiler Halfeti'nin fiziksel çevresini 40 yaş üzerinde olan ziyaretçilere göre daha yeterli görmektedirler.

Çizelgeye gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.031<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, aylık 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilerin 4 000 TL ve altı gelire sahip olan ziyaretçilere göre fiziksel çevre faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 4 000 TL ve altı gelire sahip olan ziyaretçiler Halfeti'nin fiziksel çevresini 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilere göre daha yeterli görmektedir.

Çizelgeye eğitim değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=0.192>0.05$).

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre "Fiyat faktörüne" ilişkin analiz sonuçları Çizelge 4.12'de verilmiştir.

Çizelge 4.12. Fiyat faktörüne ait analiz sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	t	*p*
Cinsiyet	1- Kadın 2- Erkek	199 186	-0.580	0.562
Medeni hal	1- Evli 2- Bekâr	159 226	-0.922	0.357
			F	
Yaş	1- 18-23 2- 24-29 3- 30-39 4- 40-49 5- 50 ve üzeri	109 126 87 33 30	0.437	0.782
Gelir	1- 4 000 ve altı 2- 4 001-6 000 3- 6 001-10 000 4- 10 000 üzeri	105 114 113 53	3.358	**0.019**
Eğitim+	1- İlkokul 2- Ortaokul 3- Lise 4- Üniversite	30 29 74 252	0.310	0.818

1. += Varyansların homejenliği varsayımı sağlanamadığından Welch testi uygulanmıştır.
2. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.12'de yer alan analiz sonuçlarına cinsiyet (p=0.562>0.05) ve medeni hâl (0.357>0.05) değişkenleri için bakıldığında, değişkenlere ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir.

Çizelgeye yaş değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir (p=0.782>0.05).

Çizelgeye gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (p=0.019<0.05). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, aylık 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilerin 4 000 TL ve altı ile 4 001-6 000 TL arası gelire sahip olan ziyaretçilere göre fiyat faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçiler daha az gelire sahip olan ziyaretçilere göre fiyatları daha makul görmektedirler.

Çizelgeye eğitim değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir (p=0.818>0.05).

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre "Güvenlik faktörüne" ilişkin analiz sonuçları Çizelge 4.13'de verilmiştir.

Çizelge 4.13.Güvenlik faktörüne ait analiz sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	t	*p*
Cinsiyet	1- Kadın 2- Erkek	199 186	-0.161	0.872
Medeni hal	1- Evli 2- Bekâr	159 226	1.083	0.280
			F	
Yaş	1- 18-23 2- 24-29 3- 30-39 4- 40-49 5- 50 ve üzeri	109 126 87 33 30	0.425	0.791
Gelir	1- 4 000 ve altı 2- 4 001-6 000 3- 6 001-10 000 4- 10 000 üzeri	105 114 113 53	4.669	**0.003**
Eğitim	1- İlkokul 2- Ortaokul 3- Lise 4- Üniversite	30 29 74 252	1.502	0.214

1. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.13'de yer alan analiz sonuçlarına cinsiyet (p=0.872>0.05) ve medeni hâl (0.280>0.05) değişkenleri için bakıldığında, değişkenlere ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir.

Çizelgeye yaş değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir (p=0.791>0.05).

Çizelgeye gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (p=0.003<0.05). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi

sonuçlarına bakıldığında, aylık 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilerin diğer gelir gruplarında olan ziyaretçilere göre güvenlik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçiler Halfeti'yi güvenlik konusunda daha az gelire sahip olan katılımcılara göre yetersiz görmektedir.

Çizelgeye eğitim değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir (p=0.214>0.05).

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre "Sosyal etkinlik faktörüne" ilişkin analiz sonuçları Çizelge 4.14'de verilmiştir.

Çizelge 4.14. Sosyal etkinlik faktörüne ait analiz sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	t	*p*
Cinsiyet	1- Kadın 2- Erkek	199 186	-2.204	**0.028**
Medeni hal	1- Evli 2- Bekâr	159 226	0.148	0.882
			F	
Yaş	1- 18-23 2- 24-29 3- 30-39 4- 40-49 5- 50 ve üzeri	109 126 87 33 30	3.122	**0.015**
Gelir	1- 4 000 ve altı 2- 4 001-6 000 3- 6 001-10 000 4- 10 000 üzeri	105 114 113 53	5.066	**0.002**
Eğitim	1- İlkokul 2- Ortaokul 3- Lise 4- Üniversite	30 29 74 252	9.570	**0.000**

1. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.14'de yer alan analiz sonuçlarına cinsiyet değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (p=0.028<0.05). Bu anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan grup ortalamalarına bakıldığında erkek olan ziyaretçilerin kadın olan ziyaretçilere göre sosyal etkinlik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer

bir ifade ile erkek olan ziyaretçiler Halfeti'yi sosyal etkinlik konusunda kadın olan ziyaretçilere göre daha tatmin edici bulmaktadırlar.

Çizelgeye medeni hâl değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=0.882>0.05$).

Çizelgeye yaş değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.015<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçilerin 24-29 yaş aralığında olan ziyaretçilere göre sosyal etkinlik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçiler Halfeti'yi sosyal etkinlik konusunda 24-29 yaş aralığında olan ziyaretçilere göre daha tatmin edici bulmaktadırlar.

Çizelgeye gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.002<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, aylık 4 000 TL ve altı gelire sahip olan ziyaretçilerin 6 001-10 000 TL arası ile 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilere göre sosyal etkinlik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 4 000 TL ve altı gelire sahip olan ziyaretçiler Halfeti'yi sosyal etkinlik konusunda daha yüksek gelire sahip olan ziyaretçilere göre tatmin edici bulmaktadırlar.

Çizelgeye eğitim değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.000<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, üniversite düzeyinde eğitime sahip olan ziyaretçilerin diğer eğitim düzeylerine sahip olan ziyaretçilere göre sosyal etkinlik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile üniversite düzeyinde

eğitime sahip olan ziyaretçiler Halfeti'yi sosyal etkinlik konusunda daha düşük eğitim düzeyine sahip olan ziyaretçilere göre tatmin edici bulmamaktadırlar.

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre "Atmosfer faktörüne" ilişkin analiz sonuçları Çizelge 4.15'de verilmiştir.

Çizelge 4.15. Atmosfer faktörüne ait analiz sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	t	*p*
Cinsiyet	1- Kadın 2- Erkek	199 186	2.362	**0.019**
Medeni hal	1- Evli 2- Bekâr	159 226	-0.588	0.557
			F	
Yaş	1- 18-23 2- 24-29 3- 30-39 4- 40-49 5- 50 ve üzeri	109 126 87 33 30	0.381	0.822
Gelir	1- 4 000 ve altı 2- 4 001-6 000 3- 6 001-10 000 4- 10 000 üzeri	105 114 113 53	1.727	0.161
Eğitim	1- İlkokul 2- Ortaokul 3- Lise 4- Üniversite	30 29 74 252	4.835	**0.003**

1. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.15'de yer alan analiz sonuçlarına cinsiyet değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.019<0.05$). Bu anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan grup ortalamalarına bakıldığında kadın ziyaretçilerin, erkek ziyaretçilere göre atmosfer faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile kadın ziyaretçiler, erkek ziyaretçilere göre Halfeti'yi daha farklı ve benzersiz görmektedirler.

Çizelgeye medeni hâl değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=0.557>0.05$).

Çizelgeye yaş değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=0.822>0.05$).

Çizelgeye gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=0.161>0.05$).

Çizelgeye eğitim değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0.003<0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, ortaokul düzeyinde eğitime sahip olan ziyaretçilerin diğer eğitim düzeylerine sahip ziyaretçilere göre atmosfer faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile, diğer eğitim düzeylerine sahip ziyaretçiler, ortaokul düzeyinde eğitime sahip olan ziyaretçilere göre Halfeti'yi daha farklı ve benzersiz görmektedirler.

4.2.2. Tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti

Çalışmanın bu kısmında ilk olarak "tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti" adı altında yeni bir bağımlı değişken oluşturulmuştur. Buradaki amaç tek bir soru üzerinden ölçüm yapmaktansa ziyaretçilere yöneltilen 3 ifadeden elde edilen skor değerleri ile daha açıklayıcı bir ölçümün yapılmasıdır.

Çalışmada katılımcıların tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetlerini ölçmek amacıyla "Halfeti'ye gelmeye devam ederim", "Arkadaşlarım ve yakın çevreme Halfeti ile ilgili olumlu şeyler söylerim" ve "Arkadaşlarım ve yakın çevreme Halfeti'ye gelmelerini tavsiye ederim" şeklinde sorular sorulmuştur. Bu sorularda yer alan 3 ifade faktör analizi yardımı ile tek bir faktör altında toplanmıştır.

Analiz sonucunda Çizelge 4.16'ya bakıldığında 3 ifadenin özdeğeri 1'den büyük 1 faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörlere ait toplam açıklanan varyans değeri %74.88'dir. Analize ait Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem

yeterliliği ölçütü 0.652'dir (0.652>0.50). Bartlett Testi ise 0.000 (p=0.000<0.05) düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Bu sonuçlara göre çalışma verisinin faktör analizi için uygun olduğunu söylemek mümkündür. Bu ifadelere ait Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı ise 0.820 olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 4.16. Toplam açıklanan varyans değerleri

Faktör	Başlangıç Özdeğerleri			Çıkarma Sonrası Kareli Yüklerin Toplamı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif Varyans (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif Varyans (%)
1	2.246	74.882	74.882	2.246	74.882	74.882
2	0.575	19.157	94.038			
3	0.179	5.962	100.000			

Tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti ile daha önce yukarıda oluşturduğumuz misafirperverlik, kültürel ve doğal güzellik, fiziksel çevre, paranın karşılığı, güvenlik, sosyal etkinlik ve atmosfer faktörleri ile arasında bir ilişki olup olmadığı belirleme amacıyla bu faktörlere çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizi "bir bağımlı değişken ile bir bağımsız (basit regresyon) veya birden fazla bağımsız (çoklu regresyon) değişken arasındaki ilişkilerin bir matematiksel eşitlik ile açıklanması sürecidir" (Küçüksille, 2010a, 2010b). Analiz sonuçları Çizelge 4.17'de verilmiştir.

Çizelge 4.17. Çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişkenler	B	Std. Hata	Beta (β)	t	p	Tolerans	VIF
Sabit	4.355	0.026		167.619	0.000	1.000	1.000
Misafirperverlik	0.249	0.026	0.377	9.583	0.000	1.000	1.000
Kültürel ve doğal güzellik	0.135	0.026	0.203	5.176	0.000	1.000	1.000
Fiziksel çevre	0.165	0.026	0.249	6.342	0.000	1.000	1.000
Paranın karşılığı	0.080	0.026	0.120	3.062	0.002	1.000	1.000
Güvenlik	0.201	0.026	0.303	7.716	0.000	1.000	1.000
Sosyal etkinlik	0.058	0.026	0.088	2.230	0.026	1.000	1.000
Atmosfer	0.157	0.026	0.240	6.105	0.000	1.000	1.000
R^2: 0.417	Durbin-Watson: 1.939				F: 38.574		p: 0.000

Çizelge 4.17'de yer alan regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında ilk olarak "B" değeri ile gösterilen sütun regresyon katsayılarıdır. Bu katsayılar iki açıdan ele alınır. Birincisi katsayıların işaretine bakarak değişkenlerin eğilimlerinin yönlerini görmemizi sağlar. Yani katsayı pozitif işaretli ise bağımlı ve bağımsız değişken arasında aynı yönlü bir ilişki söz konusu iken negatif işaretli ise ters yönlü bir ilişki söz konusudur. İkincisi ise bağımsız değişkendeki bir birimlik değişimin bağımlı değişken üzerinde oluşturduğu değişimi görmemizi sağlar (Mert, 2016). Çizelgede yer alan "Beta (β)" değerleri ise (işareti dikkate alınmaz) bağımsız değişkenlerin önem sırasını verir. En yüksek değeri alan değişken görece en önemli değişkendir (Küçüksille, 2010b). Dolayısıyla çizelgeye bakıldığında en önemli bağımsız değişkenimiz misafirperverlik iken, ikinci sırada güvenlik gelmektedir. Beta değerlerine göre en az öneme sahip değişkenimiz ise sosyal etkinliktir.

Çizelge 4.17'de yer alan "t" ve "p" değerleri modele dâhil edilen her bir bağımsız değişkenin (0.05 önem düzeyinde) anlamlılık düzeyini görmemizi sağlar. Çizelgeye bakıldığında "tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti" ile faktörlerin hepsi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve aynı yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu faktörler, misafirperverlik ($p=0.000<0.05$ B=0.249), kültürel ve doğal güzellik ($p=0.000<0.05$ B=0.135), fiziksel çevre ($p=0.000<0.05$ B=0.165), paranın karşılığı ($p=0.002<0.05$ B=0.080), güvenlik ($p=0.000<0.05$ B=0.201), sosyal etkinlik ($p=0.026<0.05$ B=0.058) ve atmosfer ($p=0.000<0.05$ B=0.157) şeklindedir. Bu sonuç neticesinde bağımsız değişkende meydana gelecek bir birimlik artış bağımlı değişkendeki katsayı kadar artışa, tersi durumda ise bir birimlik azalış yine bağımlı değişkendeki katsayı kadar azalışa neden olacaktır.

Tolerans ve VIF değerleri ise çoklu bağlantı problemi olup olmadığını anlamamıza yardımcı olur. Bu değerlerin 1'e yaklaşması istenir. Çizelgeye 4.17'ye baktığımızda tolerans ve VIF değerlerimizin hepsinin 1 olduğu görülmektedir. Bu durum faktör analizi ile elde etiğimiz faktörleri analize dâhil etmemizden kaynaklanmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi faktör analizi çok sayıda değişkeni

birbirinden bağımsız yeni değişkenler haline getirmekte ve bu değişkenler çoklu bağlantı problemi taşımamaktadır.

"R^2" değeri bağımlı değişkenin yüzde kaçlık kısmının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını gösterir (Küçüksille, 2010b). Modelde bu değer %41.7'dir.

"Durbin-Watson" testi modelde oto-korelasyon olup olmadığını test eder. Çizelge 4.17'ye baktığımızda bu değer 1.939'dur. Bu değerin 1.5-2.5 civarında olması istenir (Küçüksille, 2010b; Mert, 2016). Bu sebeple araştırma modelinde oto-korelasyonun olmadığı söylenebilir.

"F" ve "p" değeri bütün olarak modelin anlamlılığını test eder. Çizelge 4.17'ye baktığımızda F değeri 38.574 ve buna ilişkin p değeri 0.000<0.05'dir. Bu sonuca göre model bir bütün olarak anlamlıdır.

Genel olarak 4.17'ye bakıldığında Halfeti'yi tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti ile; misafirperverlik, kültürel ve doğal güzellik, fiziksel çevre, paranın karşılığı, güvenlik, sosyal etkinlik ve atmosfer faktörleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Yani bu faktörlerde meydana gelecek bir birimlik artış Halfeti'yi tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti üzerinde de artışa sebep olacaktır.

5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Değişen toplumsal ve kültürel yapı ile beraber, bireylerin dinlenmek amacıyla yapmış oldukları faaliyetleri kapsayan geleneksel turizm anlayışından uzaklaşma da başlamıştır. Deniz, seyahat ve eğlenceyi barındıran geleneksel turizm anlayışı, günümüzde doğa ile iç içe kalabilmek, huzur, sakinlik bulmak, farklı kültürleri öğrenmek ve tanımak amacıyla yapılan faaliyetlere de dönüşmüştür. Bu dönüşüm kırsal turizm olgusunu ortaya çıkarmakla beraber turizm faaliyetlerinin yapıldığı kırsal alanlarda da kalkınmanın sağlanmasına katkıda bulunmuştur.

Halfeti ilçesi Fırat kenarını kurulmuş, uzun yıllar birçok medeniyete ve kültüre ev sahipliği yapmış, endemik canlı türü itibari ile zengin, farklı iklimi dolayısıyla bölgede benzersiz niteliklere sahip olan bir yerleşim alanıdır. Atatürk Barajı ve Birecik Barajı'nın su tutmaya başlaması yani aktif olması ile beraber birçok hane ve tarihi alanlar su altında kalmıştır. Bununla birlikte zaten güzel ve eşsiz niteliklere sahip olan Halfeti'nin insan eliyle değeri biraz daha artmıştır. Bu süreç Halfeti'nin, Türkiye'de Cittaslow ağına dokuzuncu, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde de ilk şehir olarak katılmasını sağlamıştır. Böylelikle Halfeti'nin ünü Türkiye sınırlarına dahi çıkmıştır. Bugün Halfeti ilçesi yılın her mevsiminde aktif olarak yılda yaklaşık 600 bin yerli ve yabancı turistin ziyaret ettiği turistik merkezlerden bir tanesidir. İlçede halen tarım ve hayvancılık ekonomik hayatı oluşturmakla beraber, sular altında kalan eski Halfeti yerleşim alanının sahip olduğu doğal güzellikler, kültürel ve tarihi mekânlar günümüzde aktif ve yoğun olarak turizm faaliyetlerinin doğmasına vesile olmuştur.

Turistik amaçla Halfeti ilçesini ziyaret edenler orta yaş ve altı, bekâr, eğitim düzeyi yüksek, gelir düzeyi orta gelir grubundan olan kadın ve erkek bireylerden oluşmaktadırlar. Ziyaretçiler ile yapılan görüşmelerde Halfeti ilçesinin kültürel ve doğal güzellik, güvenlik, aktivite ve hizmet ücretlerinin düzeyi, atmosfer, misafirperverlik gibi konularda yeterli ve tatmin edici düzeyde memnuniyet tespit

edilmiştir. Bununla birlikte fiziksel çevre, temizlik, sosyal ve sportif faaliyetler konusunda çok kötü olmasa da daha iyi olabileceği yönünde görüşler tespit edilmiştir.

Ziyaretçilerin görüşleri, memnuniyet düzeyleri ve beklentileri göz önünde bulundurularak, Halfeti ilçesinin kırsal turizm potansiyelinin arttırılabilmesi hususunda aşağıdaki öneriler sunulmuştur.

- Her ne kadar yerel halk ve işletmelere yönelik memnuniyet düzeyi tatmin edici seviyede olsa da, ilçedeki yerel halk ve turistik işletme sahipleri kırsal kalkınma ve kırsal turizm hakkında bilgilendirilmeli; yerel yönetim, üniversitenin ve kamu kurumlarının ilgili birimleri aracılığı ile çeşitli eğitim programları oluşturularak kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik adımlar atılmalıdır.
- Ziyaretçilerin tamamına yakını günübirlik ziyaret amacı ilen gelen bireylerden oluşmaktadır. Bölgede konaklama imkânlarının yeterli düzeyde olmaması bu tablonun ortaya çıkmasında önemli bir etkendir. Mevcut sosyal tesisler temizlik, hizmet vb. açıdan geliştirilmeli ve ilçenin doğal yapısını bozmadan, yörenin doğasına ve mimarisine uygun malzemeler kullanılarak yeni butik otel ve pansiyonlar yapılmalıdır.
- Ziyaretçilerin konaklama gün sayılarını arttırmak amacı ile doğa ile iç içe olmak isteyen misafirler için yeterli alt yapı imkânlarının sunulduğu ve doğal yapıyı bozmayacak şekilde, karavan ve çadır kamplarının da kurulması da gerekmektedir. Ziyaretçiler ile yapılan görüşmelerde en çok istek bu husus üzerinde olmuştur.
- İlçede yapılan tekne gezileri konusunda memnuniyet tatmin edici düzeydedir. Ancak ziyaretçiler tarafından yürüyüş ve bisiklet yolları, dalış ve yüzme alanları, farklı doğa sporları aktivite hizmetleri gibi istekler dile getirilmiştir. Doğal yapıyı bozmayacak şekilde bu istekleri karşılayacak düzeyde yeni yatırımların yapılması ve faaliyete geçirilmesi gerekmektedir.
- İlçeye gelen yerli ve yabancı turistlere; butik otel, pansiyon, restoran, kafe, tekne ve diğer küçük işletme sahipleri en iyi hizmeti uygun bir fiyatla sunmalıdır. Her ne kadar ücret konusunda ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri tatmin edici

düzeyde olsa da standartların sağlanması ve ilgili birimlerce denetimlerin yapılması gerekmektedir.

- Kırsal turizm ve dolayısıyla kırsal kalkınma için gerekli olan önemli bir konu tanıtımdır. Her bir doğal alan ve ürün için web sitesi açılması, yöresel ürünler için geleneksel festival ve fuarlar düzenlenmesi, özel ve resmi TV kanallarında ve radyolarda yayınlara katılarak ilçe hakkında bilgi verilmesi gerekmektedir.
- İlçede bulunan butik otel, pansiyon, restoran, kafe, tekne ve diğer küçük işletme sahipleri çeşitli tur firmalarıyla beraber çalışarak ilçenin kırsal turizmde sürekliliğini sağlamaya çalışmalıdır.
- İlçedeki bütün konu ile ilgili kurum ve kuruluşlar (Belediye, Kaymakamlık, Meslek Yüksekokulu, Sivil Toplum Kuruluşları, Muhtarlıklar vb.) kırsal turizm ve kırsal kalkınma ile ilgili programları koordineli bir şekilde belirlemeli, eşgüdümlü hareket etmelidir.
- İlçede kırsal turizmin gelişmesi ve kırsal kalkınmanın sağlanması için ilgili konularda kalifiyeli personelin yetiştirilmesi ve bu personellerin istihdamının sağlanması gerekmektedir.

Sonuç olarak, Halfeti ilçesinde kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için kırsal turizm önemli bir yere sahiptir. Kırsal turizm ve dolayısıyla kırsal kalkınma için yeterli doğal, kültürel ve beşeri kaynak bulunmaktadır. Bu kaynakların verimli bir şekilde kullanılabilmesi, tarıma dayalı ekonomisi bulunan Halfeti ilçesi için kırsal turizm gelirlerini arttırarak ciddi bir alternatif gelir kaynağı da yaratabilir.

KAYNAKLAR

ADA, E. ve YENER, D., 2017. Peyzaj Potansiyelinin Korunmasında Cittaslow-Slow City Birliğinin Değerlendirilmesi. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 7(16): 66-78.

AĞAOĞLU, O.K., 1991. Türkiye'de Turizm Eğitimi ve Etkinliği. Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No: 439, Ankara, 256s.

AKBULAK, C., 2016. Ardahan İlinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Sayısallaştırılmış SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. Humanitas, 4(7): 1-30.

AKSU, G., ESER, M.T. ve GÜZELLER, C.O., 2017. Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları. Detay Yayıncılık, Ankara, 248s.

AKYÜREK, S., ÖZDEMİR, Ö. ve ÇEKEN, H., 2019. Gümüşhane İlinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Kırsal Turizm Hakkındaki Görüşleri (Zigana Köyü Örneği). Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD), 2(2): 10-19.

ALTUNIŞIK, R., COŞKUN, R., BAYRAKTAROĞLU, S. ve YILDIRIM, E., 2020. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. Sakarya Yayıncılık, Sakarya, 398s.

ANADOLU AJANSI, 2021. Halfeti'nin Simgesi Ulu Cami Su Yüzeyinden Yükseltilerek Turizme Kazandırılacak. 21 Şubat 2022 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/halfetinin-simgesi-ulu-cami-su-yuzeyinden-yukseltilerek-turizme-kazandirilacak/2419796 adresinden erişildi.

AYDIN, O., 2012. AB'de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye'de Kırsal Turizm. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2012(2): 39-46.

BAKIRCI, M., 2007. Türkiye'de Kırsal Kalkınma. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 416s.

BAYDAN, A., 2017. Doğa Yürüyüşü. 22 Şubat 2022 tarihinde https://tr.wikiloc.com/gezi-yuruyus-rotalari/trekinturkey-halfeti-degirmendere-doga-yuruyusu-hiking-4-6-2016-13547352 adresinden erişildi.

BOYRAZ, Z. ve BOSTANCI, M.S., 2016. Kuruluş Yeri, Gelişimi ve Fonksiyon Özellikleri Bakımından Yeni Halfeti (Şanlıurfa). Zeitschrift Für Die Welt Der Türken, 8(1): 83-107.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, Güz 2002(32): 470-483.

CITTASLOW. (2021). International Network of Cities Where Living is Good. 21 Şubat 2021 tarihinde https://www.cittaslow.org/ adresinden erişildi.

ÇETİN, İ., ÜZÜMCÜ, T.P. ve İÇÖZ, O, 2017. Kırsal Alanlarda Sürdürülebilir Kırsal Turizm ve Kocaeli-Kandıra Kırsal Turizm Gelişimi Modeli. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ERZSOSDE), ÖS(IV): 137-156.

ÇOLAK, O. (2009). Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 238s.

DASGUPTA, P., MORTON, J.F., DODMAN, D., KARAPINAR, B., MEZA, F., RİVERA-FERRE, M.G., and VİNCENT, K.E., 2014. Rural Areas. E.R. Carr (Ed.), Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability içinde (ss. 613-657). Cambridge University Press, New York, USA.

DOĞAN, G., 2012. Ankara İli Ayaş İlçesinin Kırsal Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 129s.

EMEKLİ, G., 2006. Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. Ege Coğrafya Dergisi, 15: 51-59.

EMEKLİ, G., SÜDAŞ, İ. ve SOYKAN, F., 2007. Göç, Kırsal Kalkınma-Kırsal Turizm ve Türkiye. 38. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 10-15 Eylül, Ankara, s.1-15.

ETGÜ, M., 2021. Ulu Cami. 21 Şubat 2022 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/halfetinin-simgesi-ulu-cami-su-yuzeyinden-yukseltilerek-turizme-kazandirilacak/2419796 adresinden erişildi.

FANG, W.T, 2020. Tourism in Emerging Economies. Springer Nature, Singapore, 382s.

FİDAN, H., 2019. "Batık Kent" Savaşan Köyü Cazibe Merkezi Oluyor. 22 Şubat 2022 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/yasam/batik-kent-savasan-koyu-cazibe-merkezi-oluyor/1435245 adresinden erişildi.

FLEİSCHER, A. And PİZAM, A., 1997. Rural Tourism in Israel. Tourism Management, 18(6): 367-372.

GÜNEY, D. ve GÖLLER, V., 2016. Kırsal Turizm Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımının Belirlenmesi: Misi Köyü Örneği. Turizm Akademik Dergisi, 3(2): 25-36.

HAYTA, A.B., 2008. Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar. Kastamonu Eğitim Dergisi, 16(1): 31-48.

KADANALI, E. ve YAZGAN, Ş., 2012. Kırsal Turizmin Ekonomik- Sosyal ve Çevresel Etkileri. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2012(2): 97-100.

KALAYCI, Ş., 2010. Faktör Analizi. Ş. Kalaycı (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler içinde (ss. 321-331). Asil Yayın Dağıtım, Ankara.

KARA, M. ve GÖRÜN, M., 2008. Kırsal Kalkınmada İl Özel İdarelerinin, Köylere Hizmet Götürme Birliklerinin ve İlçe Yönetimlerinin Rolü ve Bazı Uygulamalar. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(1): 411-413.

KARAGÖZ, Y., 2018. SPSS ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 1212s.

KAYPAK, Ş., 2012. Ekolojik Turizm ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(22): 11-29.

KHARTISHVILI, L., MUHAR, A., DAX, T., and KHELASHVILI, I., 2019. Rural Tourism in Georgia in Transition: Challenges for Regional Sustainability. Sustainability, 11(2): 410.

KOZAK, N. ve KOZAK, M.A., 2021. Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar. Detay Yayıncılık, Ankara, 256s.
KÖKSEL, B., 2019. Halfeti ile İlgili Toponomik Efsaneler Üzerine Bir İnceleme. Gaziantep Üniversitesi Ayıntâb Araştırmaları Dergisi, 2(2): 50-60.
KÜÇÜKSİLLE, E., 2010a. Basit Doğrusal Regresyon. Ş. Kalaycı (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler içinde (ss. 199-204). Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
KÜÇÜKSİLLE, E., 2010b. Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli. Ş. Kalaycı (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler içinde (ss. 259-266). Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
LANE, B., 1994. What is Rural Tourism? Journal of Sustainable Tourism, 2(1-2): 7-21.
LORCU, F., 2015. Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı. Detay Yayıncılık, Ankara, 376s.
MARTINEZ, J.M.G., MARTIN, J.M.M., FERNÁNDEZ, J.A.S., and MOGORRÓN-GUERRERO, H., 2019. An Analysis of the Stability of Rural Tourism as a Desired Condition for Sustainable Tourism. Journal of Business Research, 100: 165-174.
MERT, M., 2016. Yatay Kesit Veri Analizi Bilgisayar Uygulamaları. Detay Yayıncılık, Ankara, 336s.
MOLERA, L. and PİLAR, I.A., 2007. Profiling Segments of Tourists in Rural Areas of South-Eastern Spain. Tourism Management, 28(3): 757-767.
NTV, 2004. Mezopotamya Sümbülü Yeniden Keşfedildi. 21 Şubat 2022 tarihinde http://arsiv.ntv.com.tr/news/291543.asp#BODY adresinden erişildi.
ONGUN, U., GÖVDERE, B. ve ÇİÇEK, U., 2016. Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 7(16): 75-88.
ÖZÇELİK, H., 2013. General Appearances of Turkish Roses. Suleyman Demirel University Journal of Natural and Applied Science, 17(1): 29-42.
ROSALINA, P.D., DUPRE, K., and WANG, Y., 2021. Rural Tourism: A systematic Literature Review on Definitions and Challenges. Journal of Hospitality and Tourism Management, 47(June 2021): 134-149.
SERVON, L.J., and PINK, S. (2015). Cittaslow: Going Glocal in Spain. Journal of Urban Affairs, 37(3): 327-340.
SEVİNÇ, G., 2008. Türkiye'de Kırsal Yapı ve Kırsal Kalkınma Politikaları: Şanlıurfa Örneği. Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa, 225s.
SONAR, M., 2020. Halfeti'nin Simgesi Karagül Baharın Gelmesiyle Güzelliğini Sergiliyor. 21 Şubat 2022 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/halfetinin-simgesi-karagul-baharin-gelmesiyle-guzelligini-sergiliyor/1824377 adresinden erişildi.
SOYKAN, F., 2000. Kırsal Turizm ve Avrupa'da Kazanılan Deneyim. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 11(Mart-Haziran): 21-33.
SOYKAN, F., 2003. Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. Ege Coğrafya Dergisi, 12(1): 1-12.

ŞANLIURFA GAZETESİ, 2021. Mezopotamya Sümbülünün İzini Sürdüler. 21 Şubat 2022 tarihinde https://www.sanliurfagazetesi.com/mezopotamya-sumbulunun-izini-surduler/102913/ adresinden erişildi.

ŞİT, M., KAYA, K., SEVİNÇ, M.R., SEVİNÇ, G. ve ASOĞLU, V., 2015. Kırsal Kalkınma Bağlamında Şanlıurfa İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015), 28-30 Mayıs, Cilt 1, Konya, s. 280-287.

TAYSI, M.R. ve ÇELİK, Ş., 2018. Homojen Olmayan Varyans Varsayımı Altında Ortalamaların Eşitliği İçin Brown-Forsythe ve Welch İstatistiklerinin Mısır Verimi Örneğine Uygulanması. Fırat Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 30(1): 23-27.

TCCİB (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı), 2019. "Sakin Şehir" Halfeti Sonbaharda İlgi Odağı. 26 Şubat 2022 tarihinde https://www.iletisim.gov.tr/turkce/yerel_basin/detay/sakin-sehir-halfeti-sonbaharda-ilgi-odagi adresinden erişildi.

TOLUNAY, A. ve AKYOL, A., 2006. Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar ve Tanımlar. Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, A2: 116-127.

TOMIĆ, S., LEKOVIĆ, K., ESKEROD, P., and ZEDLACHER, E., 2020. Profile of Rural Tourism Consumers in Serbia and Austria. The Annals of the Faculty of Economics in Subotica, 56(44): 081-095.

TRT, 2019. Güneydoğu'nun "Saklı Cenneti" Halfeti'de Turizm Sezonu. 21 Şubat 2022 tarihinde https://www.trthaber.com/haber/yasam/guneydogunun-sakli-cenneti-halfetide-turizm-sezonu-409676.html adresinden erişildi.

TÜİK, 2021. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. 17 Nisan 2021 tarihinde https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr adresinden erişildi.

TÜRKİYE KÜLTÜR PORTALI, 2021a. Rumkale. 21 Şubat 2022 tarihinde https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/rumkale adresinden erişildi.

TÜRKİYE KÜLTÜR PORTALI, 2021b. Zeugma Antik Kenti. 21 Şubat 2022 tarihinde https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/belkiszeugma-antik-kenti adresinden erişildi.

UNWTO, 2021. Rural Tourism. 8 Şubat 2021 tarihinde https://www.unwto.org/rural-tourism adresinden erişildi.

WILSON, S., FESENMAIER, D.R., FESENMAIER, J., and VAN-ES, J.C., 2001. Factors for Success in Rural Tourism Development. Journal of Travel Research, 40(2): 132-138.

XUE, L., and KERSTETTER, D., 2019. Rural Tourism and Livelihood Change: An Emic Perspective. Journal of Hospitality & Tourism Research, 43: 416-437.

YAZICIOĞLU, Y. ve ERDOĞAN, S., 2014. SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Detay Yayıncılık, Ankara, 440s.

YURDDAŞ, M., 2019. Birecik ve Halfeti'nin (Şanlıurfa) Turizm Potansiyeli. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), 6(6): 282-302.

EKLER

EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket

KIRSAL KALKINMA BAĞLAMINDA HALFETİ İLÇESİNİN KIRSAL TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Anket No		Anketör	

I. SOSYO DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

1	Cinsiyet 1.Kadın 2.Erkek	**K1**
2	Yaşınız	**K2**
3	Medeni durumunuz 1.Evli 2.Bekâr	**K3**
4	Eğitim durumu 1.Okuryazar değil 2.Okuryazar 3.İlkokul 4.Ortaokul 5.Lise 6.Lisans/Lisans üstü	**K4**
5	Çocuk sayısı	**K5**
6	Hanedeki birey sayısı	**K6**
7	İkamet ettiği Ülke……..Şehir……	**K7**
8	Tatilleri değerlendirme biçiminizi öncelik sırasına göre sıralayınız (en az bir tane) …. Memleket ziyareti ….Deniz ….Yayla ….Kültürel gezi ….Tabiat gezisi …..Kaplıca ….Eğlence ….Diğer (Belirtiniz……)	**K8**
9	Tatile genellikle kimlerle çıkıyorsunuz, öncelik sırasına göre sıralayınız ….Yalnız ….Ailemle ….Arkadaşlarımla	**K9**
10	Tatile çıkma sıklığı 1.İhtiyaç olunca (plansız) 2.Yılda 1 3.Yılda birden fazla 4.Fırsat buldukça	**K10**
11	Halfeti'ye daha önce geldiniz mi? 1.Hayır 2.Evet (Bu kaçıncı gelişiniz ……..)	**K11**
12	Halfeti'ye hangi mevsimde gelmeyi tercih ediyorsunuz 1.Kış 2.İlkbahar 3.Yaz 4.Sonbahar	**K12**
13	Halfeti'ye gelme kararınızda aşağıdakilerden hangisi etkili oldu? 1.Sosyal medya 2.Yerel yönetim tanıtımları 3.Arkadaş, yakın tavsiyesi 4.Görsel medya 5.Diğer (……)	**K13**
14	Bu gelişinizde kimlerle geldiniz 1.Yalnız 2.Ailemle 3.Arkadaşlarımla 4.Ailem ve arkadaşlarımla 5.Ailem ve akrabalarımla	**K14**
15	Halfeti ismi size neyi/neleri çağrıştırıyor ……	**K15**

II. EKONOMİK ÖZELLİKLER

16	Çalıştığı alan 1.Kamu 2.Özel sektör 3.Kendi işi 4.Ev hanımı 5.Diğer(……)	**K16**
17	Sosyal güvenceniz 1.Yok 2.SGK 3.Bağ-Kur	**K17**
18	Hanede çalışan sayısı ……	**K18**
19	Hanenin tahmini aylık geliri …….	**K19**

20	Yıllık tatil için gelirinizden tasarruf/birikim yapıyor musunuz? 1.Hayır 2.Evet	**K20**
21	Tatil için yıllık ayırdığınız bütçe……	**K21**
22	Halfeti ziyareti için ayırdığınız tahmini bütçe ……..	**K22**
23	Halfeti ziyareti harcamasına dâhil olan kalemler (yaklaşık) 1. Yol/yakıt ……. 2. Tekne gezisi …… 3. Çay/Kahve/Cafe ……..... 4. Yemek ……. 5. Hediyelik eşya …… 6. Geleneksel ürün/el sanatları …… 7. Konaklama …….. 8. Diğer ……	**K23**

III. TERCİH NEDENLERİ ve BEKLENTİLERİ KARŞILAMA DURUMU

1. Kesinlikle katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3.Kararsızım 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle katılıyorum

24	Benzersiz özelliklere sahip	**K24**
25	Halfeti'de farklı bir hayat tarzı var	**K25**
26	Sessiz ve sakin bir yer	**K26**
27	Açık alan faaliyetleri iyi	**K27**
28	Ailece gidilebilecek bir yer	**K28**
29	Genel anlamda güvenilir bir yer	**K29**
30	Çevre düzenlenmesi tatmin edici	**K30**
31	Doğal güzellikleri tatmin edici	**K31**
32	Kültürel özellikler konusunda tatmin edici	**K32**
33	Tarihi ve arkeolojik yerler konusunda tatmin edici	**K33**
34	Düzenlenen tekne gezisi tatmin edici	**K34**
35	Sosyal aktiviteler tatmin edici	**K35**
36	Ulaşım imkânları kolay	**K36**
37	Araç otopark sorunu yok	**K37**
38	Genel anlamda çevrenin temizliği iyi	**K38**
39	Lokanta ve kafelerde sunulan hizmet kalitesi yeterli	**K39**
40	Lokanta ve kafelerde fiyatlar makul seviyede	**K40**
41	Konaklama imkânları yeterli	**K41**
42	Konaklama ücretleri makul seviyede	**K42**
43	Tekne gezisi için ödenen bedel makul seviyede	**K43**
44	Yeterli düzeyde hediyelik eşya satan işyeri var	**K44**
45	Hediyelik eşya fiyatları makul seviyede	**K45**
46	Yerel esnaf rahatsızlık vermiyor	**K46**
47	Yerel halk rahatsızlık vermiyor	**K47**
48	Yerel esnaf her konuda yardımcı oluyor	**K48**
49	Yerel halk her konuda yardımcı oluyor	**K49**
50	Her gelişimde daha güzel görüyorum	**K50**
51	Bölgenin yeterince korunduğunu düşünüyorum	**K51**
52	Halfeti'ye gelmeye devam ederim	**K52**
53	Arkadaşlarım ve yakın çevreme Halfeti ile ilgili olumlu şeyler söylerim	**K53**
54	Arkadaşlarım ve yakın çevreme Halfeti'ye gelmelerini tavsiye ederim	**K54**
55	Halfeti'de günübirlik değil daha uzun süreli tatil yapabilirim	**K55**

IV. İSTENİLEN YENİLİKLER

1. Kesinlikle katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3.Kararsızım 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle katılıyorum

56	Karavan ve kamp alanı yapılmalı	**K56**
57	Can güvenliğinin sağlanabildiği plajlar yapılmalı	**K57**
58	Tekne gezisi dışında su aktiviteleri yapılmalı	**K58**
59	Mesire alanları yapılmalı	**K59**
60	Daha fazla butik oteller yapılmalı	**K60**
61	Daha fazla eğlence mekânları ve sosyal tesisler (lokanta, cafe ve otel) yapılmalı	**K61**

62. Yukarıda belirtilenler dışında istenilenler

……
……
……
……
……

EK-2: Etik Kurul İzin ve Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 15.02.2021-11702

T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU

Tarih: 09.02.2021
Saat: 14:00
Sayı: 2021/19
Konu: Tahir DEMİR

Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun yaptığı toplantı sonucunda Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi **Tahir DEMİR'**in araştırmacı, danışmanı **Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Reşit SEVİNÇ'**in yürütücü olduğu **"Kırsal Kalkınma Bağlamında Halfeti İlçesinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi"** konulu yüksek lisans tez çalışması, oy birliğiyle uygun bulunmuş ve 09 Şubat 2021 tarihinden geçerli olmak üzere onaylanmıştır.

e-imzalıdır
Doç. Dr. Mahmut KAYA
Başkan

e-imzalıdır
Dr. Öğr. Üyesi. Fatma ÇAKMAK
Başkan Yardımcısı

e-imzalıdır
Prof. Dr. Mithat Arman KARASU

e-imzalıdır
Doç. Dr. Mehmet Diyaddin YAŞAR

e-imzalıdır
Doç. Dr. Özlem DEMİR

e-imzalıdır
Dr. Öğr. Üyesi Şenay KOÇAKOĞLU

e-imzalıdır
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet CANÇELİK

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.
Evrak doğrulaması https://ebys.harran.edu.tr/envision/Validate_Doc.aspx?V=BELMBYP90 adresinden yapılabilir.
Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.