T.C.
Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı

KIRSAL TURİZM KAPSAMINDA TÜRKİYE'DE ÇİFTLİK TURİZMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: TATUTA ÇİFTLİKLERİ ÖRNEĞİ

Doktora Tezi

Hazırlayan
Gülsün YILDIRIM

Danışman
Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ

Konya 2018

ÖNSÖZ

Gelişmekte olan bir ülke olarak turizm ülkemiz için önemli bir sektördür. Genel olarak ülkemize gelen turist sayıları artış eğilimdeyken, ülkenin turizmden elde ettiği gelir miktarı, turist sayıları kadar artış göstermemektedir. Gelen turist sayılarındaki artış, çevresel ve kültürel anlamda bazı baskıları da kaçınılmaz hale getirmektedir. Bu bağlamda çiftlik turizminin sürdürülebilir turizm gelişimi için önemli olduğunu düşünmemden dolayı bu çalışmayı yapmaya karar verdim. Çiftlik sahiplerinin ve bu çiftlikleri ziyaret edenlerin çiftlik turizmi deneyimlerinin ortaya çıkarılması ve bu bağlamda sıkıntıların ve avantajlı noktaların ortaya koyulması, Türkiye turizmi kapsamında iyi bir alternatif olarak bu turizm türünün daha da geliştirilmesi adına bir başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Yaptığım bu çalışmanın turizm sektörüne olumlu katkı sunacağını ümit ederim.

Bu çalışma boyunca yardımlarını esirgemeyen en başta değerli hocam Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ hocama ve sonrasında Dr. Öğr. Üyesi Nimet PIRASA, Arş. Gör. Seyhan Sarıtaş AKYOL hocama;

Çalışma sürecinde her türlü ihtiyaç duyduğum bilginin sağlanmasında desteklerini esirgemeyen Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, TaTuTa koordinatörü Sayın Ahmet Berkay Atik' e;

Ayrıca beni var eden, her zaman yanımda olup zorlu süreçlerde hep destek olan aileme ve biricik can yoldaşım sevgili kedim Tomy'e teşekkür ederim.

Haziran 2018 Gülsün YILDIRIM

T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin

Adı Soyadı	Gülsün YILDIRIM
Numarası	144160002004
Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği/ Turizm İşletmeciliği
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ☒
Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ceyhun Ç. KILINÇ
Tezin Adı	Kırsal Turizm Kapsamında Türkiye'de Çiftlik Turizminin Değerlendirilmesi: Tatuta Çiftlikleri Örneği

ÖZET

Bir çiftliğin eğlence ve rekreasyon amaçlı ziyaretçilerin kullanımına sunulması genel anlamda çiftlik turizmi olarak nitelendirilmekte ve kırsal alanların çiftlik turizmi kapsamında değerlendirilmesi hem kırsal kalkınma da hem de sürdürülebilirlik anlamında önem arz etmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada Türkiye'de Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik işletmecilerinin ve bu çiftlikleri ziyaret edenlerin çiftlik turizmine ilişkin deneyimlerini ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik işletmecilerini tarım sektöründen farklı bir sektörde (turizm) çalışmaya iten nedenlerin yani hedeflerinin neler olduğu araştırmanın birinci alt amacını oluşturmaktadır. Bu hedeflere ne ölçüde ulaşıldığı ise de araştırmanın ikinci alt amacını oluşturmaktadır. Bu çalışmada farklı nitel araştırma yaklaşımlarından fenomenolojiye başvurulmuştur.

Araştırma deseni olarak fenomenoloji seçilmesinin nedeni bu araştırma deseninde ana odağın kişisel deneyimlerin olmasıdır. Çalışmanın iki araştırma sorusu için iki ayrı örneklem grubu seçilmiştir. İlk örneklem grubunun seçiminde amaçlı örneklem stratejilerinden kriter temelli örneklem, ikinci örneklem grubunun seçiminde ise kolay ulaşılabilir örnekleme stratejisi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak veri toplama yaklaşımlarından görsel-işitsel materyallerden faydalanılmıştır.

Çiftlik sahipleri ve ziyaretçilerden elde edilen veriler içerik analizi tabii tutulmuştur. Bu süreçte toplanan veriler öncelikle kodlanmıştır ve ardından temalara ayrılmıştır. Araştırmanın değerlendirici bir özelliğe sahip olmasından dolayı değerlendirici kodlama teknikleri kullanılmıştır. Değerlendirici kodlama, büyüklük kodlaması ve betimsel kodlama ile birlikte kullanılmıştır. Çalışmanın sonunda araştırma kapsamındaki ziyaretçilerin genel olarak ziyaret ettikleri çiftliklerden olumlu deneyimlerle ayrıldığı görülmüştür. Her ne kadar bazı konularda bazı çiftlikler eleştirilse de bu oran oldukça azdır. Diğer taraftan çiftlik sahipleri, çiftlik turizmine yönelmelerindeki hedeflerinin neredeyse tamamına ulaşmıştır. Çiftlik sahiplerinin çiftlik turizm deneyimlerinin genel olarak olumlu olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Tarım, Çiftlik Turizmi, İçerik Analizi, TaTuTa, WWOOF

T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin

Adı Soyadı	Gülsün YILDIRIM
Numarası	144160002004
Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği/ Turizm İşletmeciliği
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ☒
Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ceyhun Ç. KILINÇ
Tezin İngilizce Adı	The Evaluation of Farm Tourism in Turkey Within The Scope of Rural Tourism: A Research on Tatuta Farms

SUMMARY

Providing a farm for leisure and recreational use is generally regarded as farm tourism and the using rural areas within the scope of farm tourism is important both for rural development and for sustainability. In this context, this study shows TaTuTa dependent activities of farm operators in Turkey and aimed to reveal the experience of visitors visiting these farms for the farm tourism. The reasons why the farmers operating within the organization of Tatuta are working in a different sector (tourism) than the agriculture sector that is, what their targets are the first sub-objective of this research. To what extent these targets are reached constitutes the second sub-objective of the research.

Among different qualitative research approaches, phenomenology was applied this study. The reason for choosing phenomenology as a research pattern is that personal experiences are the main focus in this research design. Two separate sample groups were selected for the study's two research questions. In the selection of the first sample group, criterion-based sampling was used from objective sampling strategies and easily accessible sampling strategy was used in selecting the second sample group. Audiovisual materials were used as data collection tools.

The data obtained from the farm owners and visitors was subjected to content analysis. In this process, the collected data are coded first and then divided into themes. Evaluator coding techniques have been used since the research has an evaluative feature. Evaluator coding is used together with size coding and descriptive coding. At the end of the study, it has been seen that visitors' farm tourism experiences are generally positive. Although some farms have been criticized in some cases, this rate is rather low. On the other hand, farm owners have reached almost all of their goals of turning to farm tourism. It has been seen that farm owners' farm tourism experiences are generally positive.

Key Words: Tourism, Agriculture, Farm Tourism, Content Analysis, TaTuTa, WWOOF

KISALTMALAR/ SİMGELER

TATUTA: Tarım Turizm Takası

WWOOF: Worldwide Opportunities on Organic Farms

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Çiftliklerle İlgili Bilgiler 15
Tablo 2: Kabul Edilen Ziyaretçi 17
Tablo 3: Kabul Dilen Ziyaretçi Tipi 18
Tablo 4: Çiftlik Sahibi Tipi 18
Tablo 5: Çiftlik İşletmecilerinin Konuştuğu Yabancı Diller 19
Tablo 6: Mevsimlere Göre Ziyaretçi Kabulü 19
Tablo 7: Kalma Ve Çalışma Süresi 20
Tablo 8: Ortalama Maillere Cevap Süresi 21
Tablo 9: Kodlara İlişkin Örnekler 46
Tablo 10: Karadeniz Bölgesi Çiftlikleri Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri 50
Tablo 11: Karadeniz Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri 56
Tablo 12: İç Anadolu Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri 62
Tablo 13: İç Anadolu Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri 64
Tablo 14: Marmara Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri 67
Tablo 15: Marmara Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri 69
Tablo 16: Ege Bölgesi Çiftlikleri Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri 77
Tablo 17: Ege Bölgesi Çiftlikleri Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri 81
Tablo 18: Akdeniz Bölgesi Çiftlikleri Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri 86
Tablo 19: Akdeniz Bölgesi Çiftlikleri Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri 91
Tablo 20: Doğu Anadolu Bölgesi Çiftlikleri Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri 96
Tablo 21: Doğu Anadolu Bölgesi Çiftlikleri Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri 97
Tablo 22: Çiftlik Sahiplerinin Çiftlik Turizm Deneyimleri 102
Tablo 23: Çiftlik Sahiplerinin Çiftlik Turizmi ile Hedeflediklerine İlişkin Kodlar 103

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Çiftlik İşletmelerinin Bölgelere Dağılımı 14
Şekil 2: Çiftliklerde Sunulan Olanaklar 16
Şekil 3: Karadeniz Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Değerlendirmeleri..... 59
Şekil 4: Karadeniz Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Değerlendirmeleri..... 60
Şekil 5: İç Anadolu Bölgesi/ Ziyaretçilerin Çiftliklerden Memnuniyet Durumu 66
Şekil 6: Marmara Bölgesi/ Ziyaretçilerin Çiftliklerden Memnuniyet Durumu 75
Şekil 7: Ege Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Değerlendirmeleri 79
Şekil 8: Ege Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Değerlendirmeleri 85
Şekil 9: Akdeniz Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Değerlendirmeleri 90
Şekil 10: Akdeniz Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Değerlendirmeleri..... 94
Şekil 11: Doğu Anadolu Bölgesi/ Ziyaretçilerin Çiftliklerden Memnuniyet Durumu 99
Şekil 12: Bölgesel Ölçekte Çiftliklerin Hedefledikleri ve Hedefe Ulaşma Durumları 111
Şekil 13: Türkiye Genelinde Çiftliklerin Hedeflediklerine Ulaşma Düzeyleri 117
Şekil 14: Bölgelerin Genel Başarı Algıları..... 119

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER ix
BİRİNCİ BÖLÜM: ARAŞTIRMA AMACI VE YÖNTEMİ 3
1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ 3
1.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 6
1.2.1. Araştırma Felsefesi 6
1.2.2. Kullanılan Nitel Araştırma Yaklaşımı 7
1.2.3. Veri Toplama İşlemleri 8
1.2.4. Çalışma Grubu 14
1.2.6. Veri Analizi İşlemleri 23
1.3. ARAŞTIRMANIN ANA HATLARI 25
İKİNCİ BÖLÜM: LİTERATÜR TARAMASI 26
2.1. Kırsal Turizmin Kavramsal Açıdan İncelenmesi 26
2.2. Çiftlik-Turizmin Kavramsal Açıdan İncelenmesi 28
2.3. Dünyada Çiftlik Turizmi Uygulamaları 32
2.4. Çiftlik Turizminin Faydaları 34
2.5. Çiftlik Turizminin Gelişiminde İtici Güç 38
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ 44
3.1. TÜRKİYEDEKİ TATUTA ÇİFTLİKLERİNE YÖNELİK ZİYARETÇİ YORUMLARININ ANALİZİ 44
3.1.1. Karadeniz Bölgesi 48
3.1.2. İç Anadolu Bölgesi 61
3.1.3. Marmara Bölgesi 66
3.1.4. Ege Bölgesi 76
3.1.5. Akdeniz Bölgesi 85
3.1.6. Doğu Anadolu Bölgesi 95
3.2. TATUTA ÇİFTLİK İŞLETMECİLERİN TATUTA DENEYİMLERİNE YÖNELİK GÖRÜŞLERİN ANALİZİ 100
SONUÇLAR VE TARTIŞMA 120
ÖNERİLER 130
KAYNAKÇA 133

GİRİŞ

Kırsal alanlardaki çiftliklerin tarım turizmi kapsamında değerlendirilmesi hem kırsal kalkınma da hem de sürdürülebilirlik anlamında önem arz etmektedir. Bu çerçevede, Türkiye'de kırsal alanlardaki çiftlikler, tarım turizmi kapsamında değerlendirilerek projelendirilmekte ve gittikçe yaygınlaşmaktadır. Bu projelerden bir tanesi de 2002 yılında Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneğinin desteği ile gerçekleştirilen TaTuTa (Tarım-Turizm-Takası) projesidir. Bu projenin, kırsal alanlarda ekolojik tarım yapan aile ve işletmelere ek gelir sağlamak, işgücü temin etmek, ekolojik üretim yöntemleri konusunda karşılıklı bilgi ve deneyim takasını gerçekleştirmek, kültürlerarası alışverişin sağlanmasına katkıda bulunmak, ekolojik yaşam ve karşılıklı sorumluluklar hususunda ortak bilincin geliştirilip güçlendirilmesine katkı sağlamak gibi amaçları bulunmaktadır. Son yıllarda, kırsal alanlar için bir gelişim stratejisi olarak tarım turizmin/ çiftlik turizminin öneminin gittikçe artmasından yola çıkarak çiftlik turizmi ile ilgili hem ziyaretçilerin hem de işletmecilerin deneyimlerinin incelenmesi ve sistemin aksayan yönlerinin ortaya konularak çözüm önerilerinin sunulması bu büyüyen alanın sağlıklı bir şekilde gelişimi açısından önem arz etmektedir.

Tarım sektöründe faaliyet gösteren ailelere ek gelir sağlama, işgücü temini ve bilgi ve deneyim takasını gerçekleştirme gibi amaçları olan Tatuta'ya bu aileleri katılmaya teşvik eden nedenlerin neler olduğu araştırmaya değer görülmektedir. Çiftlik turizmi işletmecilerini, tarım sektöründe faaliyet gösterirken çiftliklerini, tarlalarını ziyaretçilere açması bir girişimcilik örneği olarak kabul edilebilir. Böyle bir girişimciliğe insanları iten güçlerle ilgili literatürde farklı bakış açıları mevcuttur. Bu konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde insanları yeni bir alanda çalışmaya iten güçler sektörler bazında değerlendirilerek araştırılmış ve genellikle katılımcıları belirli itici güçler çevresinde sınırlayan soruları içeren anket şeklinde uygulamalar yapılmıştır. Bu çalışmada, katılımcıları belirli bazı itici güçler çerçevesinde sınırlamadan kaçınmak için nitel yönteme başvurulmuştur. Ayrıca, tarım sektöründe çalışanları turizm gibi farklı bir sektörde çalışmaya iten nedenlerle ilgili yabancı literatürde sayıca fazla çalışma bulunurken, Türkiye'de bu konuda yapılan

çalışmaların çok sınırlı olduğu fark edilmiştir. Çiftlikleri tarıma ek olarak turizm alanında faaliyete iten nedenlerin altında bazı hedeflerin bulunduğu varsayılmaktadır. Bu kapsamda Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik işletmelerinin bu farklılaştırmaya adım atarken hedeflerinin ne olduğu öncelikli olarak araştırılacaktır. Sonrasında ise bu hedeflere ne ölçüde ulaşıldığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Bu bir ölçüde çiftlik işletmecilerinin başarı algısını da ortaya koyacaktır. Araştırmanın ikinci aşamasında ise bu çiftlikleri ziyaret edenler açısından çiftlikler değerlendirilecektir. Çiftliklerde belirli bir süre geçiren ziyaretçilerin çiftlik turizm deneyimlerine ilişkin literatürde çok az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Hem çiftlik işletmecilerinin hem de çiftlikte belirli bir süre kalanların çiftlik turizmine yönelik deneyimlerinin ortaya konulması neticesinde öncelikle ziyaretçiler açısından olumsuz görülen noktaların tespit edilmesi ve akabinde de bu olumsuzlukların düzeltilmesi adına çözüm önerileri sunularak müşteri memnuniyetinin arttırılmasına katkı sağlanacaktır. Çiftlik işletmecileri açısından ise bu çalışma, onların bu uygulamada aksayan yönlerin neler olduğunu görmelerine yardımcı olması açısından faydalı olabileceği düşünülmektedir. Tarım-turizm-takası projesinin başarılı bir şekilde uygulanmaya devam edebilmesi açısından bu çalışmanın katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu sayede bu çalışmanın, çiftlik turizminin hem bölgesel hem de ülkesel ölçekte ekonomik, çevresel ve kültürel katkısının artarak devam etmesine yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM: ARAŞTIRMA AMACI VE YÖNTEMİ

Bu bölümde araştırmanın amacı ve arz etmiş olduğu öneminin yanında araştırma ile ilişkili yöntemle birlikte ana hatlar hakkında detaylı açıklamalara alt başlıklar dahilinde yer verilmektedir.

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Kırsal turizmin bir alt dalı olarak bilinen (Topçu, 2007; Gouissou vd., 2001; Clarke, 1999; Fleischer ve Tchetchik, 2005; Gössling ve Mattsson, 2002; Ingram, 2002; Nilsson, 2002; Sonnino, 2004;) agri-turizm veya çiftlik turizmi (McGehee ve Kim, 2004; Tetik ve Girgin, 2010) gelişmiş ülkelerde uzun yıllardır bilinmekle birlikte (Busby ve Rendle, 2000; Karabati vd., 2009:131), Türkiye'de yeni gelişim göstermeye başlamıştır (Gössling ve Mattsson, 2002; Karabati vd., 2009:131; Ahmadova ve Akova, 2016; Tetik ve Girgin, 2010). Çiftlik turizmi, bireylerin ve toplumların ekolojik yaşam duyarlılığını ve farkındalığını arttırmak için geliştirilmekle birlikte, daha dengeli ve sürdürülebilir turizm gelişimini gerçekleştirmede ve turizmin sezonluk oluşuna bağlı gelişen sorunların azaltılmasında bir yol olarak görülmektedir (Civelek, 2013).

Çiftlik turizmi ile ilgili dünyada çok sayıda yapılan çalışma vardır. Garcia- Ramon vd. (1995) çiftlik turizmini yeni bir ekonomik etkinlik olarak görmekle birlikte, kadının değişen rolünü analiz etmektedir. Alsos, Ljunggren ve Pettersen (2003) çiftçilerin neden ek iş ekinliklerine yönelik girişimde bulunduklarını ortaya çıkarmaya çalışmış ve yapılan çalışma sonrasında üç tip girişimci ortaya koymuştur. Bu girişimci türlerinin ana motivasyonları, yeni işe başlama amaçları, rekabet pozisyonları ve çiftlik ve yeni iş alanı arasında bağlantı kurma bakımından farklılıklar gösterdiği ileri sürülmüştür. Clarke (1999) çiftlik turizminde pazarlama sürecinin etkin kullanımına dikkatleri çekmiştir. McIntosh ve Campbell (2001) ise Türkiye'deki TATUTA çiftliklerinin bağlı olduğu WWOOF çiftliklerinin yönetimini anlamaya çalışmış ve bu organik çiftliklerde çalışan gönüllülerin katkılarını ortaya çıkarmıştır. Busby ve Rendle (2000) çiftliklerdeki yapılan faaliyetlerin çiftlik

turizmine dönüşümüne odaklanmıştır. Ilbery vd. (1997) İngiltere'deki çiftliğe dayalı turizmin gelişimini incelemiştir. Ollenburg ve Buckley (2007) Avustralya'daki çiftlik turizmi işletmecilerinin motivasyonlarını analiz etmiştir. Phelan ve Sharpley (2012) çiftlik turizmindeki girişimcilik yetenekleri ve yeterliliklerini araştırmış ve çiftçilerin çoğunun başarı için gerekli olan girişimcilik yeteneklerinden yoksun olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ingram (2002) Batı Avustralya'da bir bölgedeki çiftlik turizmi deneyimini hem misafirler hem de ev sahipleri açısından değerlendirmiştir. Gössling ve Mattsson (2002) ise İsveç'te çiftlik turizminin yapısı, büyüklüğü ve özelliklerini incelemiştir.

Türkiye'de çiftlik turizmi son dönemde gelişmeye başlamakla birlikte, çiftlik turizmi ile ilgili yapılan çalışmalar sınırlıdır. Türkiye'de çiftlik turizminin uygulanması ve gelişmesi için önemli projelerden biri de 2002 yılında Buğday Derneği tarafından başlatılan TATUTA'dır. Literatür incelendiğinde çiftlik turizmi bağlamında yapılan çoğu çalışmanın TaTuTa projesiyle ilgili olduğu görülmektedir (Ahmadova ve Akova, 2016; Selvi ve Demirer, 2012; Artuğer vd., 2013; Tetik ve Girgin, 2010; Çeltek, 2014, Civelek, 2013). Ahmadova ve Akova (2016) Türkiye'nin farklı bölgelerinde faaliyet gösteren TATUTA'ya bağlı çiftlikleri, müşteri profilleri, ürün özellikleri, yönetsel ve organizasyonel stiller, pazarlama stratejileri ve insan kaynakları yönetimi gibi konularda incelemiştir. Artuğer vd. (2013) literatürden yararlanarak tarım çiftliklerinin tanıtımı ve pazarlanması açısından eksiklikleri ortaya koyarak bazı öneriler sunmuştur. Tetik ve Girgin (2010) çiftlik turizmi ile ilgili literatürü taramış ve dünyadaki uygulamaları ve turizme olan katkılarını araştırmıştır. Karabati vd. (2009) Türkiye'de Burdur ilinin Ağlasun ilçesinde yapılan çiftlik turizminin yerel halk üzerindeki sosyo-ekonomik etkilerini araştırmıştır. Çeltek (2014) ise Türkiye'deki ekolojik tarım çiftliklerini incelemiş ve bir ürün geliştirme modeli önermiştir. Civelek (2013) TaTuTa kapsamında Muğla ilindeki çiftlikleri inceleyerek çiftlik turizmi potansiyelini ortaya koymuştur.

Literatür incelendiğinde Türkiye'de çiftlik turizmi bağlamında yapılan çalışmalar sayıca az olmakla birlikte, ziyaretçilerin ve çiftlik işletmecilerinin çiftlik turizmi ile ilgili deneyimlerini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Türkiye bir

tarım ülkesi olmakla birlikte, çiftlik turizmi bağlamında çok iyi bir potansiyele sahiptir. Her geçen gün çiftlik turizmi üzerine faaliyet gösteren çiftlik sayıları da artmaktadır. Büyüyen bu alanda öncelikle mevcut durum değerlendirmesi adına hem ziyaretçilerin hem de işletmecilerin Tatuta deneyimlerinin incelenmesinin faydalı olacağı düşünülmüştür. Bu sayede mevcut ve potansiyel sıkıntıların tespit edilmesi sağlanarak, sistemin iyileştirilmesi adına çözüm önerileri sunulabilecektir. Hem kırsal kalkınma hem de sürdürülebilir turizm açısından önemli olduğu düşünülen çiftlik turizminin aksayan veya üstün yönlerinin tespiti ve varsa aksayan yönlerinin iyileştirilmesi adına bu çalışmanın önemli olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, bu çalışmanın ana ve alt amaçlarına yönelik araştırma soruları şunlardır:

Ana amaç:

- Türkiye'de Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlikler çiftlik turizmi bağlamında nasıl değerlendirilmektedir?

Alt amaçlar:

- Türkiye'de Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik turizmi işletmelerini ziyaret edenler, çiftlik turizmini nasıl değerlendirmektedir?

- Türkiye'de Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik işletmecileri çiftlik turizmini nasıl değerlendirmektedir?

Bu araştırma soruları doğrultusunda bu fenomenoloji çalışmasının iki ana amacı vardır. Araştırmanın ilk amacı, Türkiye'de Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik turizm işletmelerini ziyaret edenlerin çiftlik turizm deneyimlerini ortaya çıkarmaktır. İkinci araştırma amacı ise, Türkiye'de Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftliklerin işletmecilerinin çiftlik turizmine ilişkin deneyimlerini incelemektir. Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik işletmecilerini tarım sektöründen farklı bir sektörde (turizm) çalışmaya iten nedenlerin yani hedeflerinin neler olduğu araştırmanın birinci alt amacını oluşturmaktadır. Bu hedeflere ne ölçüde ulaşıldığı ise de araştırmanın ikinci alt amacını oluşturmaktadır. Araştırma sonunda ise işletmecilerin başarı algısı ile ziyaretçi memnuniyetleri karşılaştırılarak sistemdeki sıkıntılar ortaya konulmaya çalışarak, çözüm önerileri sunulabilecektir.

Bu çalışma, Türkiye'de TaTuTa'ya bağlı tüm çiftlikler üzerinde yapılacaktır. Türkiye'de çiftlik turizmi bağlamında faaliyet gösteren ve TaTuTa'ya bağlı olmayan çiftlikler de bulunmaktadır. Bu çiftlikler araştırma kapsamında değildir. Bu araştırmanın kısıtlılığını oluşturmaktadır.

1.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Sosyal gerçekliği öğrenmenin bir yolu olan nitel araştırma yaklaşımı, farklı disiplinlerde farklı konuların araştırılmasında kullanılmaktadır. Sosyal bilimler ve davranış bilimlerinde nitel araştırma yöntemi sosyal olguların keşfedilmesi, açıklanması veya tanımlanmasında, kişilerin olaylara, durumlara yükledikleri anlamları ortaya çıkarmada, araştırılmayan veya yeni alanların keşfedilmesinde ve mikro- makro bağlantılar (birey-grup ve kurum ve/veya kültürel içerik) kurmada kullanılabilen bir yöntemdir (Leavy, 2014:2). Bu bağlamda, bu çalışmada nitel araştırma yönteminin faydalı olacağı düşünülmüştür.

1.2.1. Araştırma Felsefesi

Nitel araştırmalarda araştırmaya yön veren bazı temel inanışlar bulunmaktadır ve araştırma sorusuna cevap bulmak için gerekli bilgilerin nasıl aranacağı bu inanışlara dayanmaktadır. Nitel araştırmaların gerisindeki bu inanışlar felsefi varsayımlar olarak adlandırılmakta ve bu felsefi varsayımlar farklı sınıflara ayrılmıştır. Bunlardan ilki; gerçekliğin bakış açısına göre çeşitlilik gösterdiği varsayımına dayanan ve gerçekliğin doğasını araştıran ontolojidir. İkincisi ise, neyin bilgi olarak değerlendirildiği ve bilginin nasıl doğrulandığını sorgulayan epistemolojidir. Üçüncüsü ise değerlerin rolünü sorgulayan aksiyolojidir. Burada araştırmacı, araştırmanın değer yüklü olduğunu ve önyargıların mevcut olduğunu kabul eder. Sonuncusu ise, sorunu kendi bağlamında araştıran ve araştırma süreci ve dili nedir gibi sorulara dayanan felsefi varsayım metodolojidir (Creswell, 2013: 21). Bu çalışmanın dayandığı felsefi varsayım gerçekliğin bakış açısına göre çeşitlilik

gösterdiği varsayımına dayanan ontolojidir. Çünkü her bir bireyin çiftlik turizm deneyimi kendine özgüdür ve gerçekliğin bir parçasını oluşturur.

Nitel araştırmalarda felsefi varsayımlara bağlı farklı yorumlayıcı çatılar bulunmaktadır. Bunlar; postpozitivizm, sosyal yapılandırmacılık, dönüştürücü, pragmatizm, eleştirel teori, feminist teori ve benzerleridir. Her geçen gün de bu yorumlayıcı çatıların sayısı artmaktadır (Creswell, 2013:23). Bu çalışmada felsefi varsayımların yorumlayıcı çatıları içerisinden sosyal yapılandırmacılık (yorumlayıcılık) kullanılmıştır. Creswell (2013:24)'a göre;

'Sosyal yapılandırmacılıkta bireyler, içinde yaşadıkları ve çalıştıkları dünyayı anlamaya çalışırlar. Deneyimlerinden sübjektif anlamlar geliştirirler- belirli nesne veya eşyaya yönelik anlamlar. Bu anlamlar, araştırmacıyı sadece birkaç kategori ile veya fikirle sınırlandırmayan aksine, ona kompleks bir bakış açısı kazandıran çeşitlikte ve çokluktadır.'.

Bu yorumlayıcı çatıda, insanların hayat tecrübeleri ve başkaları ile olan etkileşimleri sayesinde çoklu gerçekler inşa edilir. Gerçeklik bireysel tecrübe ile şekillenir. Bu fenomenolojik çalışmanın, sübjektifliğe vurgu yapmasından dolayı sosyal yapılandırmacı bir yorumlayıcı çatı kullanılmıştır.

1.2.2. Kullanılan Nitel Araştırma Yaklaşımı

Her yapılan nitel çalışma bazı temel felsefi varsayımlara ve yorumlayıcı çatılara dayandırılmakla birlikte bu varsayımlar içinde farklı nitel araştırma yaklaşımları (fenomenoloji, anlatı araştırması, etnografi, kuram oluşturma, durum çalışmaları) bulunmaktadır. Bu çalışmada bu farklı nitel araştırma yaklaşımlarından fenomenolojiye başvurulmuştur. Araştırma deseni olarak fenomenoloji seçilmesinin nedeni bu araştırma deseninde ana odağın kişisel deneyimlerin olmasıdır.

18. yy'da Immanuel Kant tarafından tanımlanan ve Edmund Husserl tarafından (1859-1938) bilim dalı olarak geliştirilen fenomenoloji Heidegger, Sartre ve

Merleau- Ponty gibi yazarlar ile gelişimine devam etmiştir (Creswell, 2013:77). Husserl'e göre, insanlar bilinç kapasitelerinin el verdiği ölçüde, maddesel doğadan farklıdır ve bundan dolayı bilimsel olarak araştırılması için fizik bilimleri tarafından geliştirilen yöntemlerden başka yöntemlere gereksinim vardır (Wertz vd., 2011). Ona göre deneyimlenen şeyi oluşturan insan aklı veya bilincidir. Bilinç dünyayı algıladığı ölçüde yapılandırır ki bu düşünce de yapılandırmacılığın özünü oluşturur (Denzin ve Lincoln, 2005). Husserl'in amacı deneyimlerin incelenmesinde nesnelliğin kısıtlılığından kurtulmak için yeni yöntemler geliştirmektir. Husserl insanların yaşadığı deneyimlerin temel özelliklerini belirginleştirmiş ve bu deneyimlerin araştırılmasında yöntemler geliştirerek psikoloji biliminin temellerini netleştirmiştir. Amedeo Giorgi ise fenomenolojik yöntemlerin kullanımında düzenlemeler yaparak bu yöntemi daha sistematik hale getirmiştir (Wertz vd., 2011).

Fenomenolojinin temelinde yatan ana düşünce tek bir gerçeğin olmadığı ve gerçekliğin bireysel algılamalara dayalı olarak zamanla değişebileceğidir (Akturan, 2013: 84).

1.2.3. Veri Toplama İşlemleri

Araştırma problemlerine cevap verebilmek için bazı bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bilgileri toplamak için yapılan faaliyetler veri toplama sürecini oluşturmaktadır. Veri toplama faaliyetleri araştırma yaklaşımına göre de farklılıklar göstermektedir (Creswell, 2013:148-149).

Bazı sorular aracılığıyla veri toplama faaliyetleri şekillenirken, her bir soruda cevaplar araştırma yaklaşımının türüne göre değişmektedir. Örneğin, araştırma problemi doğrultusunda veri toplamda ilk cevap aranan soru; kim ve nerelerde çalışılıyor olduğudur. Anlatı çalışmasında farklı ve erişilebilir tek kişi, fenomenolojide fenomene yönelik deneyim sahibi birden fazla kişi, kuram oluşturmada merkezi fenomene yönelik eyleme tepki veren veya sürece katılan birkaç kişi, etnografide ortak bir kültüre sahip grup üyeleri veya grubu temsil eden bireyler, durum çalışmasında bir süreç, aktivite, olay program veya birden fazla kişiyle sınırlandırılmıştır. Bu çalışmanın nitel araştırma yaklaşımı fenomenoloji

olmasından dolayı fenomene yönelik deneyim sahibi kişilerle çalışılmıştır. Bu çalışmada, Türkiye'deki Tatuta çiftliklerini ziyaret edenlerin çiftlik turizmi deneyimleri ve Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik işletmecilerinin çiftlik turizmi deneyimleri incelenmiştir.

Veri toplama faaliyetlerinin ikinci aşamasında erişim ve uyuma dair tipik soruların neler olduğu sorgulanmaktadır. Bu aşamada, anlatı çalışmasında bireylerden izin alınması, arşivlerdeki bilgilere erişimin sağlanması söz konusu iken, fenomenolojide fenomene yönelik deneyimleri olan bireylerin bulunması gerekmektedir. Bu çalışmada çiftlik turizm olgusuna yönelik deneyimleri olan bireylerin bulunması aşamasında Tatuta (Tarım-turizm-takası) projesi kolaylık sağlamıştır. Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik turizmi işletmelerinin işletmecilerine ve bu işletmeleri ziyaret edenlere ulaşmak amacıyla Tatuta'nın resmi web sitesi kullanılmıştır. Ziyaretçilerin çiftlik işletmeleri ile ilgili değerlendirmelerine ilişkin verilere sadece üyelerin yorum yapabileceği Tatuta'nın resmi web sayfasından ulaşılmıştır. Çiftlik işletmecilerinin Tatuta deneyimlerine ilişkin verilere ulaşmak için ise ziyaretçilerden en fazla olumlu ve olumsuz yorum alan işletmeciler ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılması hedeflenmiş ancak yapılan pilot çalışma neticesinde detaylı bilgiye ulaşılamamıştır. Çiftliklerin kendi web sitelerinde bu araştırma sorusuna yönelik detaylı bilgilerin olmasından dolayı veri toplamada çiftliklerin kendi web siteleri kullanılmıştır.

Veri toplamada üçüncü aşama ise çalışma için mekânın veya bireylerin nasıl belirlendiğidir, yani örnekleme stratejileridir. Farklı nitel araştırma yaklaşımları farklı örnekleme türlerini kullanmaktadır. Örneğin, etnografi çalışmalarında kültürel bir grubun, temsilci bir örneklemin bulunması gerekirken, kuram oluşturmada homojen bir örneklemin bulunması adına teori temelli örneklemeye başvurulabilmektedir. Fenomenolojide ise örneklem seçim stratejileri oldukça dar aralıkta olup tüm katılımcıların çalışılan fenomene yönelik deneyimlerinin olması gerekmektedir (Creswell, 2013:155). Bu çerçevede, amaçlı örneklem stratejilerinden kriter temelli örneklem iyi bir seçim olarak düşünülebilir. Fenomenolojide ana odağın kişisel deneyimlerin olmasından dolayı da, bu deneyimleri yaşayanlar da araştırma örneklemi olarak seçilmektedir (Akturan, 2013:90).

Bu çalışmada iki alt amaca yönelik veri toplanması gerekmektedir. Bu doğrultuda ilk aşamada Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftlik işletmelerini ziyaret edenler ilk örneklem grubunu oluşturmaktadır. Çalışmanın evrenini Türkiye'de Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren tüm çiftlik işletmelerini ziyaret edenler oluşturmaktadır. Ancak her bir çiftliğe ziyaret edenlerin deneyimlerine ulaşmak maliyet ve zaman açısından zor olacağından kolay ulaşılabilir örnekleme stratejisi örneklem grubunun belirlenmesinde kullanılmıştır. Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneğinden alınan bilgi neticesinde Türkiye'de TaTuTa'ya bağlı faaliyet gösteren toplam 92 adet çiftlik bulunmaktadır. Bu çalışmada Türkiye'de Tatuta çiftliklerini ziyaret edip, resmi web sayfasına çiftlik deneyimlerine ilişkin yorum yazan tüm ziyaretçiler ilk araştırma örneklemini oluşturmuştur.

Fenomenolojik araştırmalarda örneklemin büyüklüğünün ne olması gerektiği ile ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Bir kişiden 325 kişiye kadar değişen sayıda farklı örneklem büyüklüklerinin kullanıldığı çalışmalar bulunmaktadır (Creswell, 2013:157). Akturan (2013:90)'a göre,

'Fenomenolojik araştırmada daha fazla bireyle görüşmek olguyla ilgili daha fazla bilgi elde etmek anlamına gelmemektedir. Burada araştırılan olguya ilişkin olarak görüşülecek birey sayısı farklılık göstermekle birlikte birey sayısının fazla olmasına uğraşılmamalı aksine bireylerden elde edilen bilgilerin kalitesi üzerine yoğunlaşılmalıdır'.

Araştırmanın ikinci aşamasında, çiftlik işletmecilerinin Tatuta deneyimlerine ilişkin verilerin toplanmasında ise kriter temelli örnekleme stratejisi seçilmiştir. Bu örnekleme ile ziyaretçilerden en fazla olumlu yorum alan ve en fazla olumsuz yorum alan çiftlik işletmecileri, örneklem grubunu oluşturmuştur. Bu yöntemle çiftlik turizmine yönelik olumlu deneyim algısına sahip olan çiftlik işletmelerinin gerçekteki müşteri memnuniyetleriyle ne kadar örtüştüğü ortaya konabilecektir. Bu sayede çiftlik işletmecilerinin başarı algıları ile müşterilerinin memnuniyet düzeyleri arasındaki durum, varsa farklılıklar ortaya çıkartılabilecektir. Farklılıklar varsa bu

uzun vadede çiftlik işletmecilerinin müşteri kaybetmesine ve uzun vadede bu işi yapmayı bırakmalarını da beraberinde getirecektir. Çiftlik turizmine yönelik çalışan bu sistemin daha iyi işleyebilmesi adına eksikliklerin ya da aksayan yönlerin belirlenmesi açısından da en fazla olumlu ve olumsuz yorum alan çiftlik işletmecilerinin çiftlik turizmi deneyimlerinin çıkartılması adına örneklem grubu olarak onların seçilmesinin daha faydalı olacağı düşünülmektedir.

Nitel araştırmada, araştırmacının rolü, çalışmanın başındaki kişisel değer, kabul ve yanlılığının tanımlanması gerekir (Creswell, 2013). Araştırmacının herhangi bir çiftlik sahibi ya da ziyaretçilerle birebir tanışıklığı veya dostluğu bulunmamaktadır. Araştırmacı yıllardır akademisyen olup herhangi bir çiftlikte daha önce çalışmamıştır. Dolayısı ile çalışmaya herhangi bir yanlılık aktarılmamıştır.

Araştırmacının rolünün ardından ise geleneksel olarak ne tür bilgi toplanmakta olduğu yani veri formlarını belirleme aşaması gelmektedir. Creswell (2013:157)'e göre bütün veri formları dört temel bilgi türü altında gruplandırılmaktadır. Bunlar: mülakatlar (kapalı uçludan açık uçluya), dokümanlar (özelden resmi belgeye), gözlemler (katılımsız, katılımlı gözlem) ve görsel işitsel materyaller (fotoğraflar, video kayıtlar vb.) şeklindedir. Teknolojinin gelişimine paralel olarak internet aracılığı ile veri toplama yöntemleri çeşitlenmektedir. Çevrimiçi veya çevrimdışı veri toplama yöntemlerinden bazıları; e-posta, web tabanlı mülakatlar, anlık mesajlar, ana web sayfalarının incelenmesi, sosyal medya hesapları üzerindeki mesajların toplanması şeklinde sayılabilir.

Görsel- işitsel materyaller, Creswell (2013:160)'e göre;

- *Fiziksel iz kanıtlarını inceleme,*
- *Sosyal bir durum, bireysel veya grup için videokaseti veya film,*
- *Ana web sayfalarını inceleme,*
- *Seslerin toplanması (çocukların gülmesi, araba kornası),*
- *E-posta veya tartışma ortamlarındaki mesajların toplanması (facebook),*
- *Kısa mülakat metinlerinin toplanması (twitter)*
- *Favori ürünleri veya ritüel nesneleri inceleme* şeklindedir.

Bu araştırmada birinci ve ikinci alt amaca yönelik veri toplamada, veri toplama yaklaşımlarından görsel-işitsel materyallerden faydalanılmıştır. Çünkü internet üzerinden veri toplama bazı avantajlara sahiptir (Nichollas vd., 2010):

-Katılımcılara sorgulanan bilginin düşünülmesi ve cevabı için daha fazla zaman sağlayarak derinlemesine ve doyurucu bilginin elde edilmesine olanak tanır,

-Katılımcılar istenilen zamanda ve istenilen yerde kolayca bilgi paylaşımı yapabilir,

-Tehdit edici olmayan rahat bir ortam oluşturulmasına yardım eder ve hassas konuların tartışılmasında büyük kolaylık sağlar,

- Araştırmacıya zaman ve maliyet açısından avantaj sağlamaktadır.

Bu çalışmada, tüm Türkiye'de 7 farklı bölge ve 81 ildeki toplam 92 çiftlik işletmesini ziyaret edenlerden ve bu ziyaretçilerden en fazla olumlu ve olumsuz değerlendirme alan çiftlik sahiplerinden veri toplanması hedeflenmiştir. Dolayısı ile internet aracılığıyla verilerin toplanması hem maliyet hem de zaman açısından araştırmacıya kolaylık sağlamıştır. Ziyaretçilerin ve çiftlik sahiplerinin çiftlik turizmine ilişkin deneyimlerinin nasıl olduğuna ilişkin de gerçeğe en yakın yorumların toplanması açısından da bu yöntem avantaj sağlamıştır. Çünkü çiftlikleri ziyaret eden ziyaretçiler ve çiftlik sahipleri kendi istekleri doğrultusunda yorumları yazmışlardır. Ayrıca, ziyaretçiler en zahmetsiz ve en kısa zamanda deneyimlerini paylaşabilmiştir.

Bu avantajlar karşısında internet üzerinden veri toplamada dikkat edilmesi gereken bazı hususlar bulunmaktadır. Bunlardan ilki katılımcıların gizliliğinin korunmasıdır. Bu aşamada veri analizi kısmında çiftlik işletmecilerinin her biri farklı (A,B,C..) harflerle kodlanmıştır. Bu işletmeleri ziyaret edenler ise her harfin yanına birer sayı verilerek kodlanmıştır. Örneğin A işletmesini ziyaret eden 10 ziyaretçiden alınan veriler analiz edilirken ve de tablolarda A_{Z1}, A_{Z2}, A_{Z3}, A_{Z4}…A_{Z10} şeklinde kodlanmıştır. A_{Z1}, A işletmesini ziyaret eden bir ziyaretçidir. A_{Z2} ise yine A işletmesini ziyaret eden ikinci ziyaretçidir. A_{Z3} ise yine A işletmesini ziyaret eden bir diğer ziyaretçidir.

İnternet üzerinden veri toplamada dikkat edilmesi gereken diğer bir husus ise verilerin sahipliğidir. İnternet üzerinden elde edilen bilginin gerçekten o olguyu deneyimleyen kişilere mi ait olduğu veya sahte bir hesap üzerinden gerçek dışı bir bilginin verilip verilmediğine dikkat edilmesi gereken hususlardandır.

Bu çalışmada Tatuta'nın resmi web sayfası üzerinden iki aşamalı olarak veriler toplanmıştır. Öncelikle web sayfası üzerinde her bir çiftlik işletmesinin kendi sayfaları içinde o işletme ile ilgili ziyaretçilerin yorumları toplanmıştır. Bu yorumları yazanların gerçekten bu çiftlikleri ziyaret edenlerin olduğu düşünülmektedir. Çünkü Tatuta'nın web sayfası üzerinden çiftlik işletmeleri ile ilgili yorum yazabilmek için bir miktar para ödeyerek sisteme üye olmak gerekmektedir. Çiftlik işletmelerini ziyaret edebilmek için bu ücretli site üzerinden işletmelerle iletişime geçilmesi gerekmektedir. Dolayısı ile bu siteye üye olanların gerçekten bu çiftliği ziyaret edenlerin oluşturduğu kuvvetle muhtemeldir.

Site üzerinde çiftliklerle ilgili yapılan yorumlarda üyelerin isimleri ve eğer ziyaretçiler koymuşsa resimleri bulunmaktadır ve hiç bir ziyaretçinin çiftliği ziyaret ettikten sonra siteye yorum yazması zorunlu değildir. Bundan dolayı verilerin özgün olduğu varsayılmaktadır.

Bu araştırmada ikinci alt amaca yönelik veri toplamada, veri toplama yaklaşımlarından birebir görüşme yapılması hedeflenmiştir. Ancak yapılan pilot çalışma neticesinde birebir görüşmelerde yeterli doküman alınmamış ve çiftlik işletmecilerinin kendi resmi web sitelerinde araştırma sorularına yönelik detaylı bilgiler verdikleri görülmüştür. İkici alt amaca yönelik daha detaylı bilgilere çiftliklerin web sitelerinden ulaşılabilmesinden dolayı veri toplama aracı olarak birinci alt amaçtaki gibi veri toplama yaklaşımlarından görsel-işitsel materyallerden faydalanılmıştır.

Veri toplama faaliyetlerinde son aşama ise verilerin nasıl saklanacağı konusudur. Bu çalışmada, Tatuta resmi web sitesi üzerinde her bir çiftlik işletmesi ile ilgili yapılan ziyaretçi yorumları ve çiftlik işletmecilerinin çiftlik turizmine yönelik deneyimlerine ilişkin görüşleri kendi web sayfalarında belirttikleri yorumlar öncelikle bilgisayarda

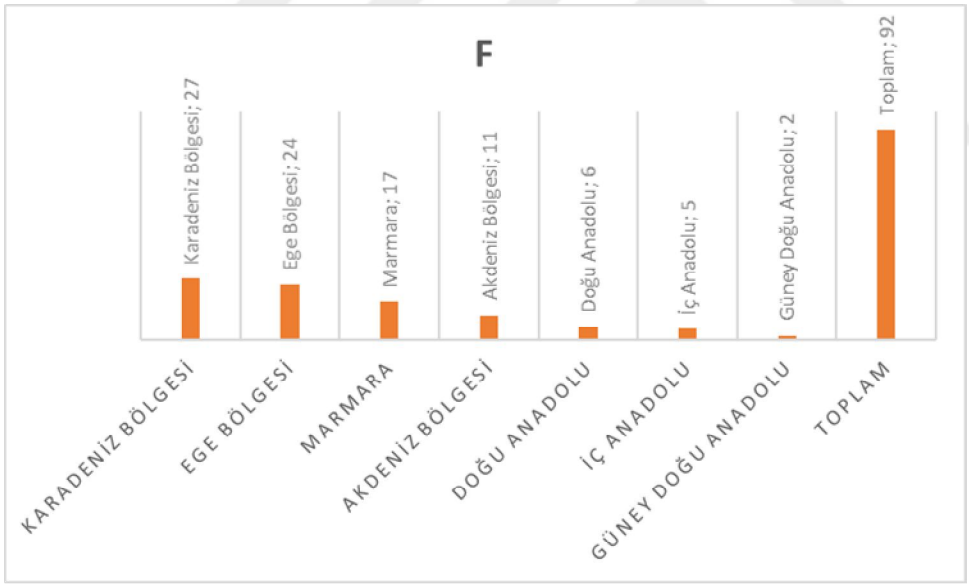
Word belgesine kopyalanmıştır. Sonrasında, analiz aşamasında ikinci Word belgeleri oluşturulmuş ve bilgisayar dosyaları şeklinde kaydedilmiştir.

1.2.4. Çalışma Grubu

Türkiye'de 'tarım turizm takası' projesi kapsamında faaliyet gösteren toplam 92 adet çiftlik bulunmaktadır. En fazla çiftlik işletmesi Karadeniz Bölgesinde (27) bulunmakla birlikte Karadeniz Bölgesini sırasıyla Ege Bölgesi (24), Marmara Bölgesi (17), Akdeniz Bölgesi (11), Doğu Anadolu Bölgesi (6), İç Anadolu Bölgesi (5) ve son olarak Güney Doğu Anadolu (2) takip etmektedir (Şekil 1).

Çalışma grubunun görüş belirttiği çiftliklerin özellikleri, Tatuta web sayfasında verilen bilgiler doğrultusunda, SPSS programı yardımıyla analiz edilmiş ve analiz sonuçları tablolar ve şekiller üzerinde gösterilmiştir.

Şekil 1: Çiftlik İşletmelerinin Bölgelere Dağılımı



Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftliklere ait bazı bilgilere Tablo 1'de yer verilmiştir. Bu bağlamda çiftliklerin neredeyse tamamında vejetaryen beslenme mümkündür. Vejetaryen beslenme imkânı sunan çiftliklerin sayısı 91 iken vejetaryen beslenme imkânı sunmayan çiftlik sayısı 1'dir. İşletmelerin neredeyse tamamında et yenilebilmektedir. Çiftliklerin 50 tanesinde içki içilebilirken, 28 tanesinde içki içilmemektedir. 14 çiftlikte içki içilebilmesi durumuyla ilgili herhangi bir

bilgilendirilme yapılmamıştır. Sigara içilmesi konusunda ise 57 çiftlikte sigara içilebilirken, 21'inde sigara içilmemektedir. 14 çiftlikte sigara içilmesi durumuyla ilgili herhangi bir bilgi verilmemiştir.

Tablo 1: Çiftliklerle İlgili Bilgiler

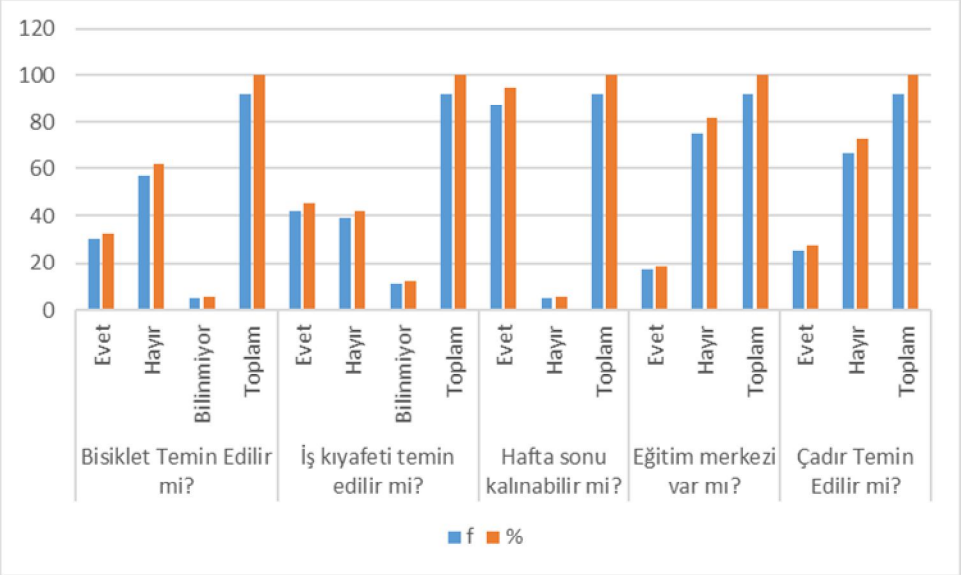
Çiftliklerle ilgili bilgiler		f	%
Vejetaryen Beslenme	Evet	91	98,9
	Hayır	1	1,1
	Toplam	92	100,0
Et Yenir mi?	Evet	87	94,6
	Hayır	5	5,4
	Toplam	92	100,0
İçki İçilir mi?	Evet	50	54,3
	Hayır	28	30,4
	Bilinmiyor	14	15,2
	Toplam	92	100,0
Sigara İçilir mi?	Evet	57	62,0
	Hayır	21	22,8
	Bilinmiyor	14	15,2
	Toplam	92	100,0
İnternet Var mı?	Evet	48	52,2
	Hayır	28	30,4
	Bilinmiyor	16	17,4
	Toplam	92	100,0
Cep Telefonu Çekiyor mu?	Evet	85	92,4
	Hayır	1	1,1
	Bilinmiyor	6	6,5
	Toplam	92	100,0
Çocuk Getirilebilir mi?	Evet	71	77,2
	Hayır	15	16,3
	Bilinmiyor	6	6,5
	Toplam	92	100,0
Köpek Getirilebilir mi?	Evet	36	39,1
	Hayır	46	50,0
	Bilinmiyor	10	10,9
	Toplam	92	100,0

Çiftliklerin 48'inde internet sağlanırken, 28'inde internet bağlantısı bulunmamaktadır. 16 çiftlikte ise internet bağlantısının olup olmadığı ile ilgili bilgi verilmemiştir. 85 çiftlikte telefon çekerken sadece 1 tanesinde cep telefonu çekmemektedir. 6 çiftlikte cep telefonunun çekip çekmediği ile ilgili bilgi bulunmamaktadır. 71 çiftlik işletmecisi ziyaretçilerin çocuklarını getirmesine izin

verirken, 15 çiftlik işletmecisi ailelerin çocuklarını getirmesini istememektedir. 6 çiftlik işletmecisi çocuk getirilmesi durumu ile ilgili bilgi vermemiştir.

36 çiftlik işletmecisi ziyaretçilerin köpeklerini çiftliğe getirmelerinde sakınca görmezken, 46 çiftlik işletmecisi ziyaretçilerin köpeklerini çiftliğe getirmelerini istememektedir. 10 işletmeci ziyaretçilerin köpeklerini çiftliklerine getirip getiremeyeceğine dair herhangi bir bilgi vermemiştir.

Şekil 2: Çiftliklerde Sunulan Olanaklar



Çiftliklerin 30'unda bisiklet temin edilebilirken, 57'sinde bisiklet temin edilememektedir. 5 çiftlikte bisiklet temin edilip edilmediğine dair herhangi bir bilgi verilmemiştir.

Çiftliklerden 42'si ziyaretçilerin iş kıyafetini temin ederken, 39'u iş kıyafetini temin etmemektedir. 11 işletme ziyaretçilere iş kıyafeti temin edilmesi konusunda herhangi bir bilgi vermemiştir. Çiftliklerin büyük çoğunluğu (87) hafta sonu ziyaretçi kabul ederken, sadece 5 tanesi hafta sonu ziyaretçi kabul etmemektedir. Çiftliklerin 75'inde eğitim merkezi bulunmazken, sadece 17 tanesinde eğitim merkezi bulunmaktadır. 67 çiftlikte çadır temin edilemezken, 25'inde çadır temin edilebilmektedir (Şekil 2).

Tablo 2: Kabul Edilen Ziyaretçi

Kabul edilen ziyaretçi		f	%
Gönüllü kabul edilir mi?	Evet	83	90,2
	Hayır	9	9,8
	Toplam	92	100,0
Konuk kabul edilir mi?	Evet	60	65,2
	Hayır	32	34,8
	Toplam	92	100,0
EVS-AGH kabul edilir mi?	Evet	1	1,1
	Hayır	91	98,9
	Toplam	92	100,0
Stajyer kabul edilir mi?	Evet	18	19,6
	Hayır	74	80,4
	Toplam	92	100,0
Yarı gönüllü kabul edilir mi?	Evet	6	6,5
	Hayır	86	93,5
	Toplam	92	100,0

Tatuta'ya bağlı faaliyet gösteren çiftliklere gelen ziyaretçiler gönüllü, yarı gönüllü, stajyer, konuk ve EVS- AGH şeklinde gruplandırılmıştır. EVS- AGS yani Avrupa Gönüllü Hizmeti 18-30 yaş arası gençlerin 2-12 ay süreyle kamu yararına projelerde gönüllü olarak çalışmasını ve bu yolla kendini geliştirmesini amaçlayan bir AB Gençlik Programıdır. Tatuta çiftliklerine gelen diğer ziyaretçi tipi ise gönüllülerdir.

Gönüllü olarak çiftliğe gelenler çiftlikte kaldıkları süre içerisinde konaklama, yeme içme gibi ihtiyaçlarını giderirken çiftliğe herhangi bir para ödememektedir. Daha çok çiftlik işlerinde çiftlik sahibine yardım etmektedirler. Yarı gönüllü ziyaretçiler ise sadece bir miktar para ödeyip, çiftlik sahiplerine yardım etmektedirler. Konuklar ise çiftlikte kaldıkları süre içerisinde, çiftlik sahibinin belirlediği fiyat dahilinde para ödemekte ve çiftlikte çalışmamaktadırlar. Çiftliklerin 83'ü gönüllü ziyaretçi kabul ederken, 9'u gönüllü kabul etmemektedir. 60 çiftlik işletmesi konuk kabul ederken 32'si konuk kabul etmemektedir. Stajyer kabul eden çiftlik sayısı 18 iken stajyer kabul etmeyenlerin sayısı ise 74'tür. Çiftliklerin çoğunluğu (86) yarı gönüllü kabul etmezken sadece 6 çiftlik yarı gönüllü kabul etmektedir (Tablo 2).

Tablo 3: Kabul Dilen Ziyaretçi Tipi

Kabul dilen ziyaretçi tipi		f	%
Kadın ziyaretçi kabul edilir mi?	Evet	91	98,9
	Hayır	1	1,1
	Toplam	92	100,0
Erkek ziyaretçi kabul edilir mi?	Evet	83	90,2
	Hayır	9	9,8
	Toplam	92	100,0
Çift ziyaretçi kabul edilir mi?	Evet	89	96,7
	Hayır	3	3,3
	Toplam	92	100,0
Aile ziyaretçi kabul edilir mi?	Evet	81	88,0
	Hayır	11	12,0
	Toplam	92	100,0
Çocuk ziyaretçi kabul edilir mi?	Evet	65	70,7
	Hayır	27	29,3
	Toplam	92	100,0

Çiftliklerin neredeyse tamamı (91) kadın ziyaretçi kabul ederken sadece 1 çiftlik kadın ziyaretçi kabul etmemektedir. 83 çiftlik erkek ziyaretçi kabul ederken 9 çiftlik erkek ziyaretçi kabul etmemektedir. Çiftliklerin neredeyse tamamı (89) çift ziyaretçi kabul ederken 3 çiftlik çift kabul etmemektedir. 81 çiftlik aile ziyaretçi kabul ederken 11 çiftlik aile ziyaretçi kabul etmemektedir. Çiftliklerin 65'i çocuk ziyaretçi kabul ederken 27'si çocuk kabul etmemektedir (Tablo 3).

Tablo 4: Çiftlik Sahibi Tipi

Ev sahibi tipi	f	%
Aile	55	59,8
Erkek	12	13,0
Kadın	5	5,4
Çift	20	21,7
Toplam	92	100,0

Çiftliklerin çoğunluğu (55) aile işletmesi şeklindedir. Çifte ait olan çiftlik sayısı ise 20'dir. Ev sahibi erkek olan çiftlik sayısı 12 iken kadın olan çiftlik sayısı ise 5'tir (Tablo 4).

Tablo 5: Çiftlik İşletmecilerinin Konuştuğu Yabancı Diller

Konuşulan Yabancı Diller	f	%
İngilizce	44	47,8
İngilizce ve Fransızca	3	3,3
İngilizce ve Almanca	4	4,3
Hiçbiri	41	44,6
Toplam	92	100,0

Çiftlik işletmecilerinin konuştuğu yabancı diller incelendiğinde, %47,8 ile ilk sırada İngilizce konuşulmaktadır. İşletmecilerin neredeyse yarısı İngilizce konuşurken 41 çiftlik işletmecisi hiçbir yabancı dil bilmemektedir. Bu oran da neredeyse çiftlik işletmecilerinin diğer yarısını (% 44,6) oluşturmaktadır. 4 çiftlik işletmecisi hem İngilizce hem de Almanca bilirken, 3 işletmeci ise İngilizceye ek olarak Fransızca da bilmektedir. İngilizcenin yanı sıra ikinci bir yabancı dil (Almanca veya Fransızca) bilen çiftlik işletmecilerinin sayısı oldukça azdır (Tablo 5).

Mevsimlere göre çiftliklerin ziyaretçi kabul durumlarını gösteren Tablo 6 incelendiğinde ağırlıklı olarak yaz ve sonbahar mevsimlerinde ziyaretçi kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 6: **Mevsimlere Göre Ziyaretçi Kabulü**

Mevsimlere göre ziyaretçi kabulü		f	%
Bahar	Evet	69	75,0
	Hayır	23	25,0
	Toplam	92	100,0
Yaz	Evet	84	91,3
	Hayır	8	8,7
	Toplam	92	100,0
Sonbahar	Evet	86	93,5
	Hayır	6	6,5
	Toplam	92	100,0
Kış	Evet	37	40,2
	Hayır	55	59,8
	Toplam	92	100,0

Yaz döneminde ziyaretçi kabul eden işletme sayısı 84 iken, 8 işletme ziyaretçi kabul etmemektedir. Sonbahar döneminde ise 86 çiftlik ziyaretçi kabul ederken, 6 çiftlik

ziyaretçi kabul etmemektedir. Bahar döneminde de ziyaretçi kabul oranı nispeten fazladır. Baharda ziyaretçilere açık olan çiftlik sayısı 69 iken, ziyaretçilere kapalı olan 23 çiftlik bulunmaktadır. En düşük ziyaretçi kabulü ise kış döneminde görülmektedir. Kış mevsiminde 37 çiftlik ziyaretçilere kapısını açarken, 55 çiftlik işletmecisi ziyaretçilere kapalıdır.

Ziyaretçilerin minimum kaç gün kalabileceğine ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 7 incelendiğinde %53,3'lük en yüksek oranla minimum 6-10 gün kalınabilmektedir. 49 çiftlik işletmecisi minimum 6-10 gün kalacak ziyaretçi kabul etmektedir. Minimum 11-15 gün arasında ziyaretçi kabul eden çiftliklerin sayısı ise 21'dir. Minimum 1-5 gün ziyaretçi kabul eden çiftlik sayısı 10 olmakla birlikte, minimum 16 gün ve üzeri ziyaretçi kabul eden çiftlik sayısı ise 2'dir.

Tablo 7: Kalma Ve Çalışma Süresi

Kalma ve çalışma süresi		f	%
Minimum kaç gün kalınabilir?	1-5	10	10,9
	6-10	49	53,3
	11-15	21	22,8
	16 ve üzeri	2	2,2
	Toplam	82	89,1
	Bilgi yok.	10	10,9
Haftada kaç gün çalışılıyor?	5 gün	18	19,6
	6 gün	62	67,4
	7 gün	2	2,2
	Toplam	82	89,1
	Bilgi yok.	10	10,9
Günde kaç saat çalışılıyor?	1-5 saat	22	23,9
	6 saat	30	32,6
	7 saat	19	20,7
	8 saat	11	12,0
	Toplam	82	89,1
	Bilgi yok.	10	10,9

Çiftlik işletmelerinin 10 tanesi gelen konukların haftada kaç gün çalıştıklarına dair herhangi bir bilgi vermezken, 82 çiftlik işletmecisi bu konu ile ilgili bilgi vermiştir. 62 çiftlik işletmecisi haftada 6 gün ziyaretçileri çalıştırırken, 18 işletmeci haftada 5

gün ziyaretçileri çalıştırmaktadır. 2 işletmeci ise haftada 7 gün ziyaretçileri çalıştırmaktadır.

Çiftlikteki ziyaretçilerin günde toplam kaç saat çalıştırıldıklarına bakıldığında, yine 10 çiftlik işletmesinde buna dair herhangi bir bilgilendirme bulunmamaktadır. Çiftliklerin çoğunluğunda (30 çiftlik) günde 6 saat çalışılmaktadır. 22 çiftlik işletmesi günde 1-5 saat arasında ziyaretçileri çalıştırmaktadır. 19 çiftlik işletmecisi ziyaretçileri günde 7 saat çalıştırırken, 11 çiftlik işletmecisi ziyaretçileri günde 8 saat çalıştırmaktadır.

Ziyaretçiler çiftlikleri ziyaret etmeden Tatuta'nın resmi web sayfası üzerinden gitmek istedikleri çiftliğe uygun olup olmama durumlarına dair mesaj göndermektedir. Çiftlikler de ziyaretçilere gelmek istedikleri tarih aralığında ziyaretçi kabul edip edemeyeceklerine dair cevap yazmaktadır.

Tablo 8: Ortalama Maillere Cevap Süresi

Ortalama Cevap Süresi	f	%
1-3 gün	81	88,0
4-7 gün	9	9,8
8-14 gün	2	2,2
Toplam	92	100,0

İşletmecilerin çoğunluğu (81) çiftlik işletmecisi 1-3 gün arasında gönderilen mesajlara cevap verirken, 9 işletmeci 4-7 gün arasında mesajlara cevap vermektedir. 2 işletmeci ise 8-14 gün içerisinde gönderilen mesajlara cevap vermektedir. Buradan işletmecilerin çoğunun ziyaretçilerin mesajlarına en kısa sürede cevaplandırdıkları görülmektedir (Tablo 8).

1.2.5. Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenirliği

Nitel araştırmalarda geçerlik bulguların ve çalışmanın doğruluğunu değerlendirme amaçlı yapılmakla birlikte nitel çalışmalarda geçerliğinin neyi ifade ettiğine dair farklı araştırmacılar farklı iddialar öne sümektedir. Geçerlikte Eisner (1991) nitel

araştırmaların inanırlığına vurgu yaparken, Lather (1991) ise üçgenleme, yapı geçerliği, görünüş geçerliği, katalitik geçerlik şeklinde dört çeşit geçerlik tanımlamıştır. Creswell ve Miller (2000) ise literatürde sıklıkla kullanılan geçerlik stratejileri üzerinde durmuştur. Bu stratejiler; uzun süreli katılım ve sürekli gözlem, üçgenleme, akran incelemesi, olumsuz durum analizi, araştırmacı önyargılarının açıklanması, üye kontrolü, zengin ve yoğun betimleme, dış denetimler şeklindedir.

Bu çalışmada Tatuta'nın resmi web sayfası üzerinden veriler toplanmıştır. Öncelikle web sayfası üzerinde her bir çiftlik işletmesinin kendi sayfaları içinde o işletme ile ilgili ziyaretçilerin yorumları toplanmıştır. Bu yorumları yazanların gerçekten bu çiftlikleri ziyaret edenlerin olduğu düşünülmektedir. Çünkü Tatuta'nın web sayfası üzerinden çiftlik işletmeleri ile ilgili yorum yazabilmek için bir miktar para ödeyerek sisteme üye olmak gerekmektedir. Çiftlik işletmelerini ziyaret edebilmek için bu ücretli site üzerinden işletmelerle iletişime geçilmesi gerekmektedir. Dolayısı ile bu siteye üye olanların gerçekten bu çiftliği ziyaret edenlerin oluşturduğu kuvvetle muhtemeldir.

Site üzerinde çiftliklerle ilgili yapılan yorumlarda üyelerin isimleri ve eğer ziyaretçiler koymuşsa resimleri bulunmaktadır ve hiç bir ziyaretçinin çiftliği ziyaret ettikten sonra siteye yorum yazması zorunlu değildir. Bundan dolayı verilerin özgün olduğu varsayılmaktadır.

Çalışmanın doğruluğunu yani geçerliğini arttırma adına kullanılan diğer strateji ise akran incelemesi olmuştur. Araştırma sürecinin dışarıdan bir akran veya araştırmacı tarafından kontrol edilmesini ifade eder (Lincoln ve Guba, 1985).

Çalışmanın başlangıcında araştırmacı önyargıları açıklanmış olup araştırmacının herhangi bir eğilimi ya da önyargısı bulunmamaktadır.

Geçerlik stratejilerinden bir diğeri de zengin ve yoğun betimlemedir. Araştırmacı bu kapsamda katılımcıları ve çalışılan çiftlikleri detaylarıyla betimlemiştir. Araştırmanın geçerliğini arttırma adına dış denetim de kullanılmıştır. Miles ve Huberman (1994)'e göre dışarıdan bir danışmanın, denetçinin hem süreci hem de çalışmaların sonucunda

elde edilen verileri incelemeleri ve doğruluklarını değerlendirmesi gerekir. Bu bağlamda nitel veri analizi konusunda bir uzman çalışmayı değerlendirmiştir.

Nitel araştırmalarda güvenirlik, veri setlerinin birden fazla kodlayıcı tarafından kodlanması ve cevaplardaki kararlılık olarak ifade edilmektedir (Creswell, 2013). Nitel araştırmaların güvenirliği sağlamada kodlayıcılar arası görüş birliği önem arz etmektedir (Silverman, 2005). Bu bağlamda, bu çalışmada Word belgesine aktarılmış olan verilerin analizinde çoklu kodlayıcılar kullanılmış ve sonrasında kodlayıcılar arasında görüş birliği sağlanmıştır. İlk başta kodların oluşturulmasında bu yönteme başvurulmuş, sonrasında da verilerin kodlanması sırasında başka kodlayıcıdan yardım alınmıştır. İkinci kodlayıcının aynı verileri oldukça yüksek bir oranda araştırmacıyla aynı şeklinde kodladığı görülmüştür. Miles ve Huberman (1994), iyi bir nitel güvenirlik için kodlamanın güvenirliğinin en az %80 uyum düzeyinde olması gerektiğini ifade etmiştir.

1.2.6. Veri Analizi İşlemleri

Veri analizi sürecinde farklı araştırmacılar farklı aşamalar ortaya koymaktadır. Miles ve Huberman (1994) modeline göre veri analizi; verilerin düzenlenmesi veya azaltılması, verilerin sergilenmesi, sonuçların tasvir edilmesi ve doğrulanması olarak üç aşamadan oluşur. Downing (2007: 48)' e göre veri analizi; tanımlama, belirleme, noetik ve neomatik ilişkilerin tanımlanması ve esasların kuramsallaştırılması süreçlerini içerir.

Bu araştırmanın veri analizi kısmında nitel araştırmalarda en çok kullanılan veri analiz basamakları izlenmiştir. Bu basamaklar; ham verilerin analiz için hazırlanması, verilerin düzenlenmesi, verilerin tamamını okuma, verilerin kodlanması, temaların oluşturularak betimlenmesi, temaların ve betimlemelerin bağlantıları, temaların/betimlerin anlamının yorumlanması ve son olarak bilginin doğruluğu ve geçerliğinin sağlanması şeklindedir (Creswell, 2013: 197). Bu kapsamda ilk olarak, Tatuta'nın resmi web sitesi ziyaret edilmiş ve Türkiye'deki Tatuta çiftlikleri bölgesel ölçekte listelenmiştir. Daha sonra her bir çiftliğin kendi sayfaları ziyaret edilerek ziyaretçi yorumları bir Word belgesine kopyalanmıştır. Bu kısımda seçilen örnekleme türü kapsamında 163 ziyaretçiye ait, toplam 63 sayfa veri

elde edilmiştir. Kopyalanan bu veriler bölgesel olarak ayrılmıştır. Elde edilen tüm veriler öncelikle baştan sona okunmuştur. Bu işlem, genel olarak bilginin ve anlamının ne olduğuna yönelik derinlemesine düşünme imkânı verir (Creswell, 2013: 197).

Verilerin okunmasından sonraki basamak verilerin kodlanması olup, verilerin aynı kategoriye alınarak düzenlenmesi ve kenar boşluğundaki bir kategoriyi temsil eden bir kelimeyi yazma işlemidir (Rossman ve Rallis, 2012) .

Çiftlik işletmeleri ile ilgili yorumların içerik analizi sürecinde toplanan veriler öncelikle kodlanmıştır ve ardından temalara ayrılmıştır. İçerik analizi Aydın (2015:383)'a göre ham verilerin tümdengelimsel şekilde temalara ayrılması ve kodlanmasında kullanılır. Araştırmanın değerlendirici bir özelliğe sahip olmasından dolayı değerlendirici kodlama teknikleri kullanılmıştır. Değerlendirici kodlama, büyüklük kodlaması ve betimsel kodlama ile birlikte kullanılmıştır. Betimsel kodlama konunun belirlenmesinde kullanılırken, büyüklük kodlaması katılımcının olumlu mu yoksa olumsuz bir yorumda mı bulunduğunu belirlemek için kullanılır (Saladana, 2009: 98). Büyüklük kodlaması tamamlayıcı sayı ve harflerden veya kodlanmış verilerin veya kategorilerin yoğunluğunu, sıklığını, yönünü, durumunu gösteren sembolik kod veya alt kodlardan oluşur (Saldana, 2009: 58). Büyüklük kodlaması Saldana (2009: 59)'a göre olumlu, olumsuz, neutral gibi değerlendirici içeriğe sahip kelime veya sayılardan oluşur.

Her bir çiftlik işletmesi için yapılan tüm yorumlar içerik analizine tabii tutulmuştur. Çiftlik işletmelerinin gizliliğinin korunması adına her bir çiftlik işletmesine bir harf verilerek kodlanmıştır. Her bir işletmeye yorum yazan ziyaretçilere çiftlik kodundan yola çıkarak çiftliğin kodunun yanına bir sayı verilerek kodlanmıştır.

Çalışmanın ikinci aşamasında Tatuta çiftliklerinin çiftlik turizmine ilişkin deneyimlerini ortaya çıkarmak amacıyla öncelikle konu ile ilgili kapsamlı literatür taraması yapılmıştır. Literatürden faydalanılarak oluşturulan kategori ve kodlara göre örnekleme stratejisi doğrultusunda seçilen 15 çiftlik sahibinin çiftlik turizm deneyimleri yönelik toplanan 45 sayfalık veri, içerik analizine tabii tutulmuştur. İlk

olarak, incelenen fenomenle ilgili kişisel deneyimler betimlenmiş, önemli ifadelerin bir listesi geliştirilmiştir. Daha sonra önemli ifadeler alınmış kategoriler içerisinde gruplandırılmıştır.

Analiz bulgularının sunulmasında tablolar ve şekillerden faydalanılmış ve katılımcılardan çoklu perspektifler ve alıntılar gösterilmiştir.

Veri analizinde son basamak, bulguların yorumlanmasını içerir. Literatürden derlenen bilgiler ile bulguların karşılaştırılmasından türetilen anlam olabilir (Creswell, 2013: 200). Bu kısımda çalışma sonucunda elde edilen veriler literatürde yapılmış çalışmaların sonuçlarıyla karşılaştırılmış geçmiş yapılan çalışmaların onaylaması yapılmıştır.

1.3. ARAŞTIRMANIN ANA HATLARI

Bu tez çalışması, sonuçlar ve öneriler bölümleriyle birlikte beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünün ardından birinci bölümde araştırmanın amacı ve yöntemine yer verilmiştir. Araştırmanın ana hatlarına da bu bölümde yer verilirken, ikinci bölümde litaretür taraması bulunmaktadır. Bu bölümde öncelikle kırsal turizm ve çiftlik turizmi kavramları incelenmiş, sonrasında dünyada çiftlik turizminin uygulamalarına yer verilmiştir. Çiftlik turizminin faydaları ve çiftlik turizminin gelişimde itici güçlerin neler olduğu ile ilgili bilgilere yine bu bölümde yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde bulgulara yer verilmiştir. Bu bölümdeki bulgular iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda Türkiye'deki Tatuta çiftliklerine yönelik ziyaretçi yorumlarının analizine, ikinci kısımda Tatuta çiftlik sahiplerinin Tatuta deneyimlerine yönelik görüşlerine yer verilmiştir. Son bölümlerde, ilk olarak araştırma sonuçları ortaya konmuş ve sonuçlar tartışılmıştır. Bu bölümden sonra araştırma sonuçlarından yola çıkarak bazı önerilere yer verilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM: LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde öncelikle kırsal turizm ve çiftlik turizmi kavramları incelenmiş, sonrasında dünyada çiftlik turizminin uygulamalarına yer verilmiştir. Çiftlik turizminin faydaları ve çiftlik turizminin gelişimde itici güçlerin neler olduğu ile ilgili bilgilere yine bu bölümde yer verilmiştir.

2.1. Kırsal Turizmin Kavramsal Açıdan İncelenmesi

Literatür incelendiğinde kırsal turizm, tarım turizmi, agriturizm, agro turizm, çiftlik turizmi, çiftliğe dayalı turizm gibi kavramlar arasında kavram karmaşası olduğu gözlemlenmektedir. Sadece agri turizm kavramın da bile farklı kaynaklarda farklı kelimeler (agritourism, agri-tourism, agro-tourism, agrotourism, farm-based tourism, tourism on the farm, farm tourism, agriteinment, agri-teinment) kullanılmıştır (Topçu, 2007:25). Bu kavramların her biri ile ilgili farklı kaynaklarda farklı tanımlar yapılmaktadır. Topçu (2007)'e göre bu karmaşıklığın nedeni tarım ve turizm ilkelerini içine alan konseptin karmaşık yapısıdır. Turizm ile ilgili çalışan araştırmacılar kavramın turizm boyutunu yansıtan tanımlar yaparken tarım boyutunda çalışan araştırmacılar bu boyut ile ilgili tanımlar yapmaktadır.

19. yüzyılda gelişmeye başlayan kırsal turizm ile ilgili farklı tanımlar yapılmıştır. Aydın (2012: 39)'e göre kırsal turizm; insanların doğal ortamlarda tatillerini geçirmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla kırsal bir yerleşmeye giderek, konaklamaları ve o kırsal yerleşmeye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür. Uğurlu (2010:70)'e göre ise kırsal turizm; tarımsal ve kent dışı bölgelerde gerçekleşen bir dizi etkinlik ve çekicilikleri içeren kırsal deneyim olarak tanımlanmıştır. Kuntay (2004)'e göre kırsal turizm; kırsal bölgede gerçekleşen, kırsal fonksiyonları olan, kırsal ölçekte gelişen ve geleneksel özelliklerin yaşatılmasına bağlı olan bir unsurdur. Soykan (1999: 68)'a göre kırsal turizm; kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşmeye gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür ve

Soykan, (2006:73)'a göre kırsal turizm kırsal alanlar, kırsal miras, kırsal yaşam ve kırsal etkinlik bileşenlerinden oluşmaktadır. Ongun vd. (2015: 101)'e göre ise kırsal turizm; esas amacın bir köyde, bir çiftlikte, bir dağ evinde konaklayarak, kırsal kültürle tanışarak ve kaynaşarak bir tatil geçirmenin esas olduğu turizm türüdür. Kırsal turizm, Sugiarti vd. (2003)'e göre ise kırsal toplumun kalkınmasına destek sağlayan potansiyel bir araç olarak düşünülmektedir.

Kırsal turizm kapsam olarak farklı kaynaklarda farklı şekillerde ifade edilmiştir. Kırsal turizm çiftlik turizmi, köy turizmi, yayla turizmi, tarımsal turizm, ekoturizm ve alternatif turizm gibi farklı isimlerle ifade edilmekle birlikte (Ongun ve Gövdere, 2014:52) farklı kaynaklarda kırsal turizm çiftlik turizmi, ekoturizm, kültürel, macera ve etkinlik turizmi gibi alt turizm türlerini içeren daha genel bir kavram olarak ifade edilmektedir (Akça vd.,2 001). Aydın (2012:40)'a göre kırsal turizm; boş vakit geçirme, rekreasyon ve çok az iş amaçlı, aynı ülke ya da farklı ülkelerin kentli insanlarının kırsal alanları kullanımını içermektedir. Uğurlu (2014: 70)'e göre kırsal turizm sadece çiftliğe dayalı turizmi değildir. Aynı zamanda özel ilgi, doğa turizmi ve eko-turizmin de içinde bulunduğu doğal, kültürel ve tarihi mirası, köy yaşantısını, organik ürünleri, az gelişmiş küçük bölgeleri ve küçük ve modern olmayan evleri ve hayvan ahırlarını içeren bir olgu olarak karşımıza çıkar. Turistik amaçlarla kırsal alanları ziyaret edenler eğlence, eğitim veya kırsal yaşamı deneyimlemek için köy veya çiftlikleri ziyaret eder. Hill vd. (1996: 50)'e göre ise kırsal turizm; ticari amaçlı gelişen turistik etkinliklere ve bölgelere karşı olarak gelişen ziyaretçilerin doğal çevreye ulaşmaları neticesinde oluşan doğal hayat turizmidir. Bazı araştırmacılar ise kırsal alanlar içerisinde yapılan tüm faaliyetleri kırsal turizm kapsamında değerlendirmektedir (Esengün vd., 2002:10, Soykan, 1999:68). Reynolds ve Braithwaite (2001: 32)'e göre ise kırsal turizm doğa temelli turizm, ekoturizm ve vahşi yaşama dayalı turizmin bir kısmını içeren bir kavram olarak ifade edilmektedir.

İlk olarak kırsal turizm 1980'li yıllardan itibaren kitlesel turizme karşı alternatif bir turizm çeşidi olarak ortaya çıkmıştır (Shafeei, 2012). Hollanda'da tatile çıkanların %39'u birinci tatil yeri olarak kırsal alanları seçmekte, İngiltere'de ise nüfusun 3/4'ü

yılda en az bir kez kırsal alanları ziyaret etmektedir (Aydın, 2012:40). Kırsal turizmde pazar, artış eğiliminde olup, Dünya Turizm Örgütü'nün tahminlerine göre dünya çapında yılık %2'lik genel turizme karşı yaklaşık % 6 kırsal turizmde büyüme beklenmektedir (Shafeei, 2012:9).

2.2. Çiftlik-Turizmin Kavramsal Açıdan İncelenmesi

Çiftlik turizmine ilişkin ülkeye, bölgeye, yasal düzenlemelere ve yazarlara bağlı olarak farklı tanımlamalar yapılmakla birlikte çiftlik turizmi, çiftliğe dayalı turizm, agriturizm, tarım turizmi ve kırsal turizm sıklıkla birbirleri yerine kullanılabilmektedir (Slavic ve Schmitz, 2013: 268).

Akdeniz ülkelerinde 'agriturizm' kavramı yaygın olarak kullanılırken, Anglosakson uygulamalarda sıklıkla çiftlik turizmi kavramı kullanılmaktadır (Slavic ve Schmitz, 2013: 268).

Çiftlik turizmi; kırsal turizmin alt dalı olup kırsal alanda bulunan kaynakların kullanımına dayanmaktadır (Mastronardi vd., 2015: 1). Çiftlik turizmi konaklamanın, yiyeceğin ve içeceğin satın alınabildiği, çiftlik ziyaretçi merkezlerinin, galeri ve müzelerin, çiftlik ürünlerinin satışının yapıldığı mağazaların bulunduğu, rehberli yürüyüşlerin, çiftlik ve eğitim gezilerinin yapılabildiği, meyve toplama, ata binme ve balık tutma gibi etkinliklerin yapılabildiği bir turizm türüdür (Uğurlu, 2014:71). Schilling vd. (2008:8)'e göre çiftlik turizmi balık tutma, avlanma, meyve ve sebze toplama gibi birçok etkinlikleri içermektedir. Çiftlik turizmi ya da agriturizm turizm literatüründe ve sosyoloji literatüründe farklı şekillerde tanımlanmıştır. Turizm literatüründe çiftlik turizmi; insanları çiftliğe çekme süreci (Evans ve Ilbery, 1992) iken, sosyoloji literatüründe ise çiftliğin gelirlerini arttırmak için geliştirilmiş bir girişim türüdür (Che vd., 2005).

Agriturizm, agroturizm ya da tarım turizmi ise çiftlik sahibine ek kazanç sağlayan (hasat edilen ürünlerin satışı, sezon dışında nakit akışı gibi) ziyaretçilere eğitim ve

eğlence deneyimi sunan, faaliyetteki çiftliğin iş bağlamındaki girişimidir (Uğurlu, 2014:71). Tew ve Barbieri (2012: 215)'e göre bir çiftliğin rekreasyon ve eğlence amaçlı ziyaretçilerin kullanımına sunulması agriturizm olarak ifade edilmektedir. Agro-turizm faaliyetleri incelendiğinde genellikle kırsal alanlarda çiftlik sahiplerinin kendi imkânlarıyla hizmet verdiği görülmektedir. Topçu (2007:27)'e göre tarım ve turizm etkinliklerini birleştiren bir kavram olarak gelişen agriturizm, kırsal turizmin kendine ait iç dinamikleri olan bir alt türü olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, agri turizm sürdürülebilir kırsal kalkınmanın sağlanmasında önemli iki bileşen olan sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir tarım kavramlarının bileşiminden oluşur.

Agriturizm farklı çalışmalarda farklı boyutlarda ele alınmıştır. Topçu (2007:44)'e göre agri turizm sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarda değerlendirilmiştir. McGehee ve Kim (2004:162)'e göre agri turizm genel anlamda ticari turizm öğesi ile faaliyetteki çiftlik çevresini birleştiren kırsal girişimlerdir. Civelek vd. (2014:15)'e göre agro-turizm tarımsal kaynakların (çekiciliklerin) sürdürülebilirlik ilkesiyle turistik amaçlarla kullanılmasını ifade etmektedir. Shafeei (2012:5)'e göre agro turizm, tarımla turizmi birleştiren, yerel halka gelir ve iş yaratırken, çevrenin ve doğanın korunmasına yardımcı olan ve ayrıca halk kültürünü değerlendiren bir turizm biçimi olarak tanımlanmaktadır ve yaptığı çalışmada yine tarım turizmi ile eşanlamlı olarak kullanılmıştır. Amerika'nın farklı eyaletlerinde ve İtalya'da online yapılan tanıtımlarda agriturizm kavramının yaygın marka adı olarak kullanıldığı ileri sürülmüştür ve agriturizm hem çiftçiler hem de yerel halk tarafından en uygun ifade olarak 'tarım ve turizmin karışımı' şeklinde belirtilmiştir (Barbieri vd., 2016: 1103).

Shafeei (2012:6) agro-turizmde yapılabilir faaliyetleri şu şekilde sıralamıştır:

- Doğa turları
- Çiftlik turları
- Meyve toplamak
- Çiçek toplamak
- Kuş gözlemciliği
- Ateş şenlikleri
- Şarap şenlikleri

- Yemek yapım gösterileri/ dersleri
- Çiftlik antika-teşhir ve satış çiftlik gösterileri: yün eğirme, yorgancılık, çelenk yapımı, dondurma, tereyağı çalkalama, konserve..
- Çiftlik müzesi
- Demircilik
- Balıkçılık
- Festivaller
- Yürüyüş, bisiklet
- At binmek
- Eski çiftlik araçlarını görüntülemek
- Evcil hayvanat bahçesi
- Piknikler
- Kabak oyma/ dekorasyon
- Hikâye anlatma
- Vagon sürmek şeklindedir.

Çiftlik turizminin tanımı ile ilgili literatürde yaygın 3 tartışma bulunmaktadır (Slavic ve Schmitz, 2013: 267). Bunlar;

- Ürün faaliyette olan bir çiftliğe mi dayalı?
- Turist ve tarımsal faaliyet arasındaki ilişkinin doğası nasıldır?
- Turizm deneyiminin otantiklik derecesi nedir?

Bu sorular bağlamında Philip vd., (2010: 756) çiftlik turizmini şu şekilde sınıflandırmıştır;

- Tarımla artık uğraşmayan çiftlikteki turizm (eski bir çiftlik evinde konaklama),
- Faaliyette olan çiftlikte pasif temasın olduğu çiftlik turizmi (faaliyette olan çiftlikte bulunan çiftlik evinde konaklama),
- Faaliyette olan çiftlikte dolaylı yoldan temasın olduğu çiftlik turizmi (çiftlik ürünlerinin turist yemeklerinde kullanılması),
- Faaliyette olan çiftlikte doğrudan temasın olduğu ancak sadece gösterimin yapıldığı çiftlik turizmi (çiftçilik ile ilgili faaliyetlerin gösterilmesi),

- Faaliyette olan çiftlikte, doğrudan temasın olduğu otantik çiftlik turizmi (çiftlik işlerine doğrudan katılma, yapma) şeklindedir.

Bu sınıflandırmaya Ciervo (2013), 'Otantik tarım etkinliğini deneyimlemede ana amaç nedir?' sorusunu sorarak yeni bir grup eklemiştir. Bu sorunun yanıtı 'öğrenme/bilgi' ise bu faaliyette olan çiftlikte yapılan, direkt temasın olduğu 'açık çiftlik turizmi'dir. Eğer bu sorunun cevabı 'katılım' ise, direk temasın olduğu faaliyette olan çiftlikte yapılan 'otantik çiftlik turizmi'dir. Burada çiftlik işlerinin yapılmasında katılım söz konusudur. İlkinde ise, kırsal etkinlikleri öğrenmeye katılım söz konusudur.

Son yıllarda çiftliklerde yapılan rekreasyonel faaliyetlere olan talep gittikçe artmaktadır ve sağladığı faydalardan ötürü gittikçe de büyüyeceği ifade edilmektedir. Ancak çiftliklerde yapılan rekreasyonel faaliyetleri ifade eden ortak bir terimde uzlaşmanın henüz sağlanamadığı görülmektedir. Yapılan bu faaliyetin ifade edilmesi anlamında çok farklı kavramlar kullanılmaktadır. Bu kavramların içeriğinde de çiftlikte yapılan farklı etkinlikler belirtilmekle birlikte yine bu aşamada tam olarak hangi etkinliklerin çiftlik içerisinde yapılan rekreatif faaliyetler kapsamına girdiğine dair bir uzlaşmanın sağlanamadığı görülmektedir. Barbieri vd. (2016) çiftçiler, yerel halk ve ziyaretçiler açısından çiftlikte yapılan rekreatif faaliyeti betimleyen kavramların ortaya çıkarılması, agriturizm kavramının bu tür bir etkinlik için marka ismi olarak uygunluğu ve çiftçiler ve yerel halk açısında tercih edilen kavramların neler olduğu üzerine bir çalışma yapmıştır. Amerika'da yapılan bu çalışmada agriturizm kavramının marka isim olarak daha öne çıktığı ortaya konulmuştur.

Bu çalışmada agroturizm, agriturizm ve tarım turizmi, çiftlik turizmi ile eşanlamlı olarak kullanılmıştır. Bu çalışmada sıklıkla çiftlik turizmi kavramı kullanılacak olup bu kelime, faaliyette olan bir çiftliğin ziyaretçilere açılması (misafir, gönüllü, yarı gönüllü, stajyer) ile gerçekleşen bir turizm türüdür.

2.3. Dünyada Çiftlik Turizmi Uygulamaları

Slavic ve Schmitz (2013: 268-270), Avrupa ülkelerinde çiftlik turizmi uygulamalarını incelemiştir. Bu bağlamda ilk olarak, Fransa'da çiftçiler arasında %2,8'lik bir kısmı çiftlik turizmi üzerine faaliyet gösterirken, agriturizm ile çiftçilerin daha fazla gelir ve çalışan sağlamasına yardımcı olmak hedeflenmiştir. 600 çiftlik kalacak yer, yiyecek ve eğlence hizmetleri sağlamakta olup, 1500 çiftlik çiftliklerinde doğrudan ürün satışını gerçekleştirmektedir. İkinci olarak Almanya'da, çiftlik turizmi, bozulmamış rekreasyon olarak tarım ile ilgili geniş yelpazede etkinliklerin deneyimi süreci olarak kabul edilmektedir. Üçüncü olarak Hırvatistan'da pazar ekonomisine geçilmeden önce resmi olarak çok az turistik çiftlik bulunmaktaydı. 1990 yılında Hırvatistan çiftçiler birliği çiftlik turizmi ile yasal düzenleme yapmıştır. 2011 yılında Hırvatistan'da konaklama hizmeti sağlayan ve eğlence hizmetleri sunan 886 çiftlik bulunmaktadır. Dördüncü ülke ise 1960'lı yıllarda oda ihtiyacını karşılama amacıyla çiftlik turizmini destekleyen İrlanda'dır. İrlanda'da çiftliğin sahip olduğu kaynaklardan ziyade dış talebin arzı şekillendirmesi durumu mevcuttur. İtalya'da ise çiftlik turizmi misafirperverliğin olağan gelişen formu olarak doğmuştur. İlerleyen zamanlarda, tarım ve hayvancılık işlerini tamamlayıcı bir etkinlik ve bu işlerle bağlantılı olarak gelişmiştir. 1990 yılında aşamalı olarak tarımdan ayrılmıştır. 2010 yılında 357 çiftlik turizmi işletmesi bulunmakla birlikte 201 işletme farklı etkinlikler (55 ata binme, 19 tur, 6 doğa izleme, 71 trekking, 94 dağ bisikleti, 45 kurs, 19 spor etkinlikleri, 11 eğitim hizmeti, 88 değişik etkinlikler) sunmaktadır. Özellikle Apulia bölgesinde çiftlik turizmi gelir yaratmaktan ziyade, yatırım seçeneği olarak gelişim göstermiştir. Slovenya'da çiftlik turizmi ek gelir sağlama arayışı sürecinde ortaya çıkmıştır. 2010 yılında toplamda 4342 yataklı 370 konaklama hizmeti sağlayan çiftlik bulunmaktadır. 412 çiftlik ise hafta sonları hizmet veren sadece yiyecek ve içecek hizmeti sunun türdedir. Çiftlik turizmi aile dostu, çocuk dostu ya da organik çiftlikler gibi birçok sınıfa ayrılmıştır. Çiftlik turizm işletmelerinin çoğu Slovenya Çiftlik Turizmi Kurumuna bağlıdır ve bu kurum bu işletmelere doğru bilginin sağlanması ve konaklama ve diğer hizmetlerin sağlanması (internet ortamında 5 farklı dilde katalog) konusunda destek sağlamaktadır. Belçika'nın Wallonia şehrinde ise çiftlik turizmi 1976 yılında resmi

olarak ortaya çıkmıştır ancak gelişimi yavaş seyretmiştir. Kar amacı gütmeyen bir kurum turistik etkinlikleri desteklemektedir. Bu kurum reklam, kırsal çevrede kalacak yer önerme konusunda destek olmaktadır. 2012 yılında 380 çiftlik, çiftlik turizmine katılmıştır. Son yıllarda ise ziyaretçilerin çiftlikte yapabileceği farklı etkinliklere (tematik etkinlikler, eğitim, yöresel ürünlere bağlı etkinlikler, özel günler için büyük odaların kiralanması) vurgu yapılmaktadır. Son olarak, İngiltere'de ise çoklu gelir yaratan, girişimcilik becerilerine sahip olan, yeni girişimlere açık olan, çevresel duyarlılığı olan pro-aktif çiftçiler sayesinde çiftlik turizmi gelişmiştir (Slavic ve Schmitz, 2013: 268-270).

İtalya'da çiftlik turizmi yasalarla düzenlenmiştir. Bu bağlamda, çiftlik turizmi sadece çiftçi ve çiftçinin aile üyeleri tarafından yapılabilir. Çiftlikte baskın olarak yapılan faaliyetin tarım olması yani turizm olmaması gerektiği belirtilmiştir. Baskın olan faaliyet, elde edilen gelirler açısından değil de çalışılan saat bakımından değerlendirilmektedir. Bu düzenleme çiftlik turizmi girişimcisinin kendisini tarımsal faaliyetlere adamasına itmektedir (Mastronardi vd., 2015: 3). İtalya'da Itria Vadisinde 'Raggio Verde' isimli bir çiftlik organik ekolojik çiftlik turizmi için bir proje geliştirmiştir ve bu proje 'çevreye sıfır çevresel etki'ye dayalıdır. İtalya'da organik ekolojik çiftlik ekolojik dengeyi, biyoçeşitliliği gözeten ve yerel geleneksel kültüre ve araziye saygılı bir anlayış benimsemektedir (Ciervo, 2013).

Avrupa'da 9 ülkede (İngiltere, Belçika, Fransa, Almanya, İtalya, Polonya, Hırvatistan, Slovenya ve İrlanda) çiftlik turizminin ortak özellikleri şu şekildedir (Slavic ve Schmitz, 2013: 268);

- Çiftlik turizminin toplam gelir ve geceleme sayıları gibi açılardan genel turizm pazarına katkısı azdır,
- Avrupa Birliği bağlamında ortak bir çiftlik turizmi anlayışı olmamakla birlikte, çiftlik turizminin operasyonel anlamda ortak bir tanımı yapılmamıştır,
- Çiftlik turizm işletmesinin kurulmasında birçok ortak itici güç bulunmaktadır. Bunlar; çiftliğe sürekli gelir sağlama, mevcut sermayenin ihtiyatlı kullanımı, sosyalleşmenin sağlanması,

- Çiftlik turizmiyle ana gelir sağlayıcı etkinliğin dengelenmesi (tarımda kalma veya tarım dışı farklılaştırma) konusunda yaşanan zorluk,
- Turizm talebinin sürekli değişimi ve yeni trendlerin sürekli takip edilmesi gerekliliği bulunmakta,
- Yeni iletişim araçları özellikle web siteleri ve merkezi kayıt sistemi çiftlik turizmini daha geniş pazarlara yakınlaştırmakta,
- Diğer turizm türleriyle karşılaştırıldığında çiftlik turizmi, kendine has oluşu, otantikliği, cazip oluşu ve kişisel temas düzeyinin yüksekliği sayesinde oldukça avantajlı konumdadır,
- Doğa ile olan yakın bağ, çiftlik turizminin gelişiminde en baskın avantajlarındandır.

Avrupa'da çiftlik turizmin geliştirilmesi için, farklı düzeylerde aktörlerin, paydaşların bağlantıya geçmesi gerekmektedir. Buna ek olarak, turistik alt yapının, arzın ve tanıtımın iyileştirilmesi gerekirken çiftlik turizm markasının açık bir şekilde tanımlanması gerekmektedir (Slavic ve Schmitz, 2013: 273).

2.4. Çiftlik Turizminin Faydaları

Bir çiftliğin eğlence ve rekreasyon amaçlı ziyaretçilerin kullanımına sunulması genel anlamda çiftlik turizmi olarak nitelendirilmektedir. Tarım için kullanılan çiftliğin farklılaştırılması/çeşitlendirilmesi çiftçilerin varlığını sürdürmeleri ve değişen tarımsal iklimle başa çıkmada alternatif bir strateji olarak görülmektedir (Barbieri ve Mahoney, 2009: 58).

Tarım sektöründe faaliyet gösteren bir çiftliğin farklı bir sektörde daha faaliyete başlaması kararının altında ekonomik ve ekonomik olmayan hedeflerin karmaşık bileşimi bulunmaktadır. Çiftlik turizminin faydaları ekonomik ve ekonomik olmayan faydalar şeklinde gruplandırılmakla birlikte (Tew ve Barbieri,2012:215), çiftlik turizminin hem çiftliğe, hem çiftlik işletmecisine, hem de çevredeki topluluğa ve genel olarak topluma çok fazla faydalar sağladığı ileri sürülmektedir. Nickerson vd. (2001)'e göre çiftlik turizminden elde edilen ekonomik faydalar, ekonomik olmayan

faydaların elde edilmesine olanak tanıyabilir. Çiftlik turizmi tarımdaki işçi sıkıntısı ve tarımdaki pazar kısıtlılığının giderilmesinde bir alternatif olarak görülmektedir. Agri turizm tarımda çalışan ailelerin gelirlerine olumlu yönde katkı sağlamaktadır. İtalya'da organik tarım turizmine yönelik faaliyet gösteren bir çiftlikte üretilen organik zeytinyağı yerel, ulusal ve uluslararası pazar olmak üzere ağızdan ağıza yöntemiyle normal pazar fiyatının iki katına satılmaktadır (Ciervo, 2013). Bu satışlar ile birlikte verilen vergiler, yerel halk için genç nüfusun istihdam olanağının doğması ve yerel bazda (restoran ve mağazalar) işlerin canlanması, doğal çevresinin korunması çiftlik turizminin faydalarındandır (Barbieri, 2010; Busby ve Rendle, 1999; Saxena, Clark ve Ilbery, 2007; Sharpley, 2007; Veeck vd., 2006). Çiftlik turizminin ekonomik olmayan sosyal faydaları içerisinde ise kırsal yaşamın sürdürülmesinin sağlanması, yerel geleneklerin korunarak farkındalığının arttırılması, yöreye özgü kültürel özelliklerin korunması ve ürün üretimi ile ilgili yöreye özgünlüğün korunması ileri sürülmektedir (Che, 2007; Everett ve Aitchison, 2008; Ollenburg ve Buckley, 2007; Turnock, 2002).

Çiftlik bazında ise agri turizm ürün hasatının düşük olduğu veya ürün fiyatlarının düşük olduğu dönemlerde çiftlik sahibi ailelerin ek ve yardımcı gelir sağlamaları konusunda yardımcı olabilmektedir (Busby ve Rendle, 1999; Fisher, 2006; McGehee, 2007; Nickerson vd., 2001; Ollenburgve Buckley, 2007). Çiftlik turizmi aileye işçi tedarikinde yardımcı olmakla birlikte tüm yıl çalışmayan çiftlik işletmeleri için tarımdan elde edilen kazancın düşük olduğu zamanlarda tarımsal üretimin iyileştiği zamana kadar ekonomik destek sağlamaktadır (Ollenburg ve Buckley, 2007; Fleischer ve Tchetchik, 2005; Veeck vd., 2006) . Çiftlik turizmi sürdürülebilirliğin sağlanması adına en etkili politikalardan biri olarak düşünülmektedir. Çiftlik turizmi kırsal kalkınmanın sağlanmasına ve çevrenin korunmasına yardımcı olmaktadır (Mastronardi vd, 2015).

Kırsal kalkınmanın sağlanması açısından alternatif bir araç olarak çiftlik turizmi (Barbieri, 2010: 16) kullanılmakla birlikte çeşitli farklılaştırma türleri bulunmaktadır. Çiftlik girişiminin farklılaştırılması modeli olarak da ifade edilen bu farklılaştırma türleri Barbieri ve Mohoney (2009: 62)'e göre şu şekildedir:

Çiftlikte Yapılan Farklılaştırma/Çeşitlendirme Türleri:

- Mevcut ürüne katma değer (el işleri, kozmetik ürünleri, sağlıkla ilgili ürünlerin üretimi, yöresel tarım ürününün hediye için paketlenmesi),
- Geleneksel olmayan ürünler, hayvancılık ve uygulamalar (organik tarım, serbest otlatma gibi farklı tarımsal uygulamalar),
- Yeni pazarlama ve dağıtım (Çiftlik ürünlerinin farklı pazarlara ulaşabilmesi için farklı tanıtım çabalarının yürütülmesi),
- Rekreasyon, turizm ve otelcilik,
- Tarihi koruma ve uyumlu tekrar kullanma (çiftlik içerisindeki tarihi bina, araç, tarihi eser, çiftlik içerisindeki diğer miraslar, ahırların tiyatroya dönüştürülmesi),
- Çiftlik ve kaynakları kiralama, leasing ve devre mülk (Arazi, binalar ve ekipmanlar),
- Anlaşmalar ve hizmetler (Bitki yetiştiriciliği, pullukla arazi sürme, yük hayvanlarının kiralanması, ata binme),
- Eğitim, danışmanlık ve uzmanlık (Şifalı bitki yetiştiriciliği, şarap yapımı, çiftlikte staj yapma).

Çiftlik farklılaştırılması için yapılan sınıflandırmada en yaygın olarak incelenen agriturizm olmakla birlikte, bu konuda Kuzey Amerika ve Avrupa'da çok fazla sayıda araştırmaya rastlanmaktadır. Kuzey Amerika'da yapılan çalışmalarda; girişimin başarılı olması ile ilgili faktörlerin neler olduğu, agriturizmin çiftçilere ve yerel topluma sağladığı yararlar, agriturizme iten motivasyonlar ve agriturizmin gelişiminin önündeki engellerin neler olduğu gibi konularda araştırmalar yapılmıştır (Barbieri, 2010:4).

Çiftlik altyapısı, işçi ve donanım gibi konularda aşırı yatırımlar gerektirmemesi açısından çiftlik turizmi çiftlik için iyi bir farklılaştırma stratejisi olarak görülmektedir. Çiftliğin tarıma ek olarak turizm ve rekreasyon amaçlı farklılaştırılması, çiftlikte oluşturulan mağazalarda/dükkanlarda tarımsal ürünlerin doğrudan satın alınmasını, tarımsal ürünlerin (meyve, çiçek) rekreatif hasatının

yapılmasını ve rekreatif etkinlik ve olaylara katılmayı (turlar, festivaller, düğünler) kapsamaktadır. Ayrıca, çiftlikteki restoranda yemek yeme ya da tarımsal alandaki konaklama işletmesinde kalmak da çiftlik turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Bowler vd., 1996; Barbieri ve Mshenga, 2008; McGehee ve Kim, 2004). Çoğu tarım işletmecisi çiftliğin turizm ile farklılaştırılmasını gelirlerin arttırılması yöntemi olarak görmektedir. Diğer bir deyişle, çiftlikten elde edilen gelirlerin arttırılmasına olan gereklilik çiftçileri diğer bir iş alanına itmektedir (Bowler vd., 1996; Evans ve Ilbery, 1992; Ilbery,1991; McNally, 2001; Alsos, Ljunggren ve Petterson, 2003; Fisher, 2006; Nickerson vd.,2001). Bu, ayrıca tarım teknolojilerinin ve girdilerinin yüksek maliyeti ile başa çıkmada iyi bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Fisher, 2006; Ilbery, 1991; Nickerson vd.,2001). Çiftlik turizminin çiftliğe olan ekonomik faydaları evrensel değildir, çünkü bu agri-turizmin gelişim aşamasına (yeni ya da deneyimli işletme) ve agri-turizm işletmesinin diğer çekiciliklere yakın ya da uzak oluşuna göre değişebilmektedir (Busby ve Rendle, 1999; Fisher, 2006; Fleischer ve Tchetchik, 2005; Nickerson vd., 2001; Saxena vd., 2007; Veeck vd., 2006).

Alan yazında çiftlik turizminin ekonomik ve sosyal faydaları üzerine çalışmalar bulunmakla birlikte, çevresel etkileri bağlamında çalışmalar yapılması gerekmektedir (Veeck vd., 2006; Nickerson vd., 2001). Çiftlik turizminin çevre üzerine olumlu veya olumsuz etkileri olduğuna dair çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Mastronardi vd., (2015;10)'ne göre çiftlik turizmi üzerine faaliyet gösteren çiftlikler bioçeşitlilik, çevre ve doğal kaynaklar ile ilgili daha sürdürülebilir teknikler kullanmakta ve bu, tarımın çevre üzerine olan olumsuz etkisini azaltıcı bir etki yaratmaktadır.

Çiftlik turizmi, çiftlik işletmecisine ve ailesine çiftçiliği yapmaya devam etmeleri, kırsalda yaşamaya devam etme ve kırsal yaşam tarzından keyif alınmasının sağlanması konusunda yardımcı olarak çiftlik işletmesinin ayakta kalabilmesine ve de çiftlik sahipliğinin ailede kalmasına yardımcı olabilmektedir (Kinsella vd., 2000; Ilbery vd., 1998; Ollenburg ve Buckley, 2007; Sharpley ve Vass, 2006). Barbieri (2009: 347)'a göre, çiftlik turizmi çiftlik dışı işte çalışma gerekliliğini azaltarak, genç aile bireylerine iş fırsatları yaratabilmektedir. Bu sayede de, genç nüfusun kırsal alanda muhafaza edilmesini sağlayabilmektedir.

2.5. Çiftlik Turizminin Gelişiminde İtici Güç

Çiftliklerinde rekreasyonel hizmetler geliştiren ve sunan çiftçiler, tarım girişimcileri olarak düşünülmektedir ve bazı girişimci özellikleri paylaşmaktadır (Barbieri ve Mahoney, 2009; Nickerson vd., 2001). Bu girişimciler iş bağımsızlığına çok önem verirler ve girişimsel atılımları amaç yönelimlidir. Çiftçilerin çiftliklerini turizme açma kararı vermeleri girişimsel bir hareket olarak düşünülürse, bu çiftçileri bu tür bir girişime iten gücün ne olduğu ile ilgili hala bir netlik bulunmamaktadır (Alsos, Ljunggren ve Petterson, 2003:436). Barbieri (2010:1)'e göre zor şartlar çiftçileri agriturizme veya çiftlik içerisinde başka bir girişime itmektedir ve ekonomik ve kişisel amaçların karmaşık bileşimi agriturizmin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Slavic ve Schmitz (2013: 267)'a göre, yöresel yiyeceklerin ve içeceklerin kırsal alanlarda satışı ve tüketimi, çiftliğin farklılaştırılması bağlamında ortak bir strateji haline gelirken çiftlik turizminin gelişiminde etkili olmuştur. Bu çerçevede, ürünlerin direk müşterilere satışını sağlayan çiftlik dükkânları, tarlalardan meyve sebzeleri kendin topla uygulaması, çiftlik restoranları, tarla ve üzüm bağı ziyaretleri, gözlem odaları, üretim sürecine katılım, çiftlikte konaklama ve taze ürün tüketimini sağlama gibi uygulamalar sonucunda çiftlik turizminin gelişimi sağlanmıştır.

Amaçlar, bireyi ve girişim hareketini yöneten arzu edilen çıktıların içsel sunumudur (Austin ve Vancouver, 1996; Hornsby ve Kuratko, 2002). Macro-ekonomik faktörler (talebin ve fiyatların düşmesi), politik çevre (yeni kırsal politikalar), sosyal yapı (toplumda kadının artan rolü) gibi dışsal uyaranlar ile parasal, yönetimsel, personel ve teknolojik faktörler gibi içsel uyaranlar amaç oluşumunu etkileyebilmektedir (Barbieri ve Mahoney, 2009: 59). Bowler vd., (1996)'a göre İngiltere'deki çiftçileri alternatif girişimlere iten en önemli nedenler şu şekildedir:

- Çiftlikten elde edilen gelirin korunması veya arttırılması
- Pazar fırsatına yönelik tepki verme
- Yeterince kullanılmamış çiftlik kaynakların daha iyi kullanılması
- Aile üyeleri için istihdam yaratma

Ekonomik ve ekonomik olmayan amaçların karmaşık birleşimi çiftlik işletmesinin farklılaştırılmasının ve özellikle çiftlik turizminin gelişiminde itici gücü oluşturur (Barbieri, 2010; Barbieri ve Mahoney, 2009; McGehee ve Kim, 2004; Nickerson vd., 2001; Ollenburg ve Buckley, 2007; Turner vd., 2003). Tarıma ek olarak başka bir iş etkinliği eklemek üzerine yapılan girişimde itici güç ile ilgili üç bakış açısı mevcuttur (Alsos, Ljunggren ve Petterson, 2003:436). Bunlar; kırsal sosyoloji açısı, fırsat açısı ve kaynaklara dayalı bakış açısı şeklindedir. Kırsal sosyoloji açısı genellikle tarımsal alandaki halk ile ilgili strateji çalışmalarında kullanılmaktadır. Tam zamanlı çiftçiliğin veya iş fırsatlarının eksik olduğu durumlarda ek bir iş fırsatı olarak ikinci bakış açısı değerlendirilmektedir (Eikeland ve Lie, 1999). Girişimci özelliklere sahip olanların yeni iş fırsatlarının yakalanmasında oldukça iyi oldukları düşünülmektedir (Ronstadt, 1988; McGrath, 1996). Kaynağa dayalı bakış açısında ise tek olan kaynakların varlığı girişime itici güç olarak görülmektedir (Barney, 1991; Greene vd., 1999, Rotefoss, 2001).

Çiftlik turizmi ile ilgili en yaygın amaçlar tarımdaki dalgalanmalarla başa çıkma, ek gelir yaratma, çiftlik kaynaklarının tam kullanımı, pazar payını arttırma gibi alt gruplara ayırılan ekonomik amaçlardır. Ekonomik olmayan amaçlar içerisinde de çiftliğin sahipliğini ailede tutmak, hobi geliştirme ve kırsal yaşamdan keyif almak yer almaktadır (Barbieri ve Mahoney, 2009; McGehee ve Kim, 2004; Nickerson vd., 2001; Ollenburg ve Buckley, 2007). Getz ve Carlsen (2000)'e göre çiftçiler çiftçilik yapmak isterler, bu onlara bir kimlik ve başarı hissi verir ve dolayısı ile ekonomik amaçlar aslında kırsal yaşamı desteklemek için bir araç olup birincil son amaç değildir. Çiftlik turizmine yönelik girişimler sürdürülebilirlik bağlamında en etkili olanı olarak düşünülebilir ve bu girişimin altında iki amaç bulunmaktadır. İlki; kırsal kalkınmanın sağlanması ve diğeri çevrenin korunmasıdır (Mastronardi vd., 2015;10).

Getz ve Carlsen (2000) Avustralyalı çiftçiler arasında çiftlik turizmine/agriturizme yönelim amaçları içerisinde en önemli amacın yaşam tarzı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çek Cumhuriyeti'nde çiftlik turizmine katılmada en önemli itici güç ekonomik unsurlar (Pilar vd., 2012) iken, Kanadalı çiftçiler üzerinde yapılan

çalışmada, agriturizmin benimsenmesinde yalnızca ekonomik çıkarların olmadığı ortaya çıkmıştır (Barbieri, 2010:15).

Ekonomik ve ekonomik olmayan farklı türdeki amaçlar bir dizi tipik girişimsel (Alsos, Ljunggren ve Pettersen, 2003) ve çiftçiye özgü (Gasson, 1973; Getz ve Carlsen, 2000; Burton, 2004) amaçlar karışımını içermektedir.

Agri-turizmin gelişimini sağlayan amaçlar farklı çalışmalarda farklı şekillerde boyutlandırılmıştır. Yaygın olarak amaçlar dört boyutta sınıflandırılmıştır. İlk amaç boyutu, çiftliğin karlılığı (çiftlik gelirlerinin dengelenmesi veya arttırılması ve çiftlik borçlarının azaltılması) yer almaktadır (Barbieri, 2009;2010; McGehee ve Kim, 2004; Nickerson vd., 2001; Ollenburg ve Buckley, 2007). İkinci amaç boyutu, dış faktörlerle (pazar fırsatlarını değerlendirme ve sosyal bağ, müşterilerle iletişim ve toplumu eğitmek) ilgilidir (Barbieri, 2009;2010; McGehee ve Kim, 2004; Nickerson vd., 2001). Üçüncü amaç boyutu, çiftlikteki hane halkıyla (çiftliğin sahipliğini ailede tutmak, çiftçiliği devam ettirme yeteneği, aileyi birlikte tutma fırsatları sağlama) ilgilidir (Barbieri, 2009;2010; Ollenburg ve Buckley, 2007). Dördüncü amaç boyutu ise kişisel uğraş (çiftlik işletmecisinin bireysel hobileri ve ilgileri, kırsal yaşam tarzından zevk alma, emeklilik planları, işletmenin bağımsızlığını koruma) ile ilgilidir (Barbieri, 2009;2010; Ollenburg ve Buckley, 2007). Literatür incelendiğinde, bireylerin çok farklı amaçları olduğu ve bu amaçların bireyler arasında farklı hiyerarşide organize edildiği ifade edilmektedir. Bundan dolayı, çiftçilerin farklı farklılaştırma amaçlarına farklı düzeylerde önem atfettikleri ileri sürülmektedir. Barbieri ve Mahoney, 2009:60)'in çalışmasında 20 farklı amaç ile farklılaştırma arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu çalışmada 20 farklı amaç 3 boyutta ele alınmıştır. Bunlar:

- Ekonomik/finansal (gelir yükseltilmesi) amaçlar
- İçsel amaçlar (yaşam kalitesinin sürdürülmesi)
- Pazar ile ilgili amaçlar şeklindedir.

Texas'ta yapılan bu çalışmada, en önemli farklılaştırma amaçları; ek gelir elde etme, çiftçiliği yapmaya devam etme ve yaşam kalitesini arttırma şeklinde olduğu ortaya

çıkarılmıştır. Bu çalışma ayrıca, çiftlik işletmecilerinin yaşı, çiftlikte çalışan kaçıncı nesil olunduğu, hane geliri, çiftlikte çalışan işçi sayısı ve kentsel alana olan mesafe gibi özelliklerin farklılaştırmada izlenen amaç türlerini etkilediğini ortaya çıkarmıştır.

Barbieri ve Mahoney (2009)'in çalışmasında çiftlik içerisindeki özelliklerin (işletme ve girişimci özellikleri) farklılaştırmaya karar verme amaçları ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Bu çalışmada pazara yakınlık, çiftlik büyüklüğü gibi özellikler çiftliğin farklılaştırılıp farklılaştırılmayacağı ile ilişkilidir şeklinde hipotez oluşturulmuştur. Girişimcilerin özellikleri ile ilgili de, çiftçilerin yaşı, ailenin geliri ve ailenin çiftliğe olan bağlılığı farklı nedenlerle farklılaştırılmaya gidilmesi ile ilişkilendirilmiştir. Diğer bazı çalışmalarda da çiftliğin farklılaştırılması ile çiftçinin yaşı, görev süresi (Getz ve Carlsen, 2000), çiftçiliğe ekonomik olarak bağlılık süresi, hane geliri (McGehee ve Kim, 2004), potansiyel pazara yakınlık (Ilbery, 1991), ve çiftlik büyüklüğü (McGehee ve Kim, 2004; Nickerson vd, 2001) arasında ilişki olduğu ileri sürülmüştür. Bazı çalışmalarda ise, farklılaştırmada izlenen amaç türleri ile işletmenin/çiftliğin özellikleri (işletmenin ne kadar süredir faaliyette olduğu, toplam işletme geliri, girişimcinin cinsiyeti, tarımda geçirilen toplam süre, arasında istatistiksel açıdan bir ilişki ortaya konulamamıştır (Lynn ve Reinsch,1990; Kuratko vd., 1997; Nickerson vd., 2001).

Çiftlik Turizminin Avantajları:

-Aile mirasının yanı sıra bölgesel mirasın devamını sağlamada katkı sağlar (Slavic ve Schmitz, 2013: 267),

-İş fırsatları sağlaması, mevcut yaşam tarzını sürdürme ve uzun dönemli finansal kazanç sağlaması (Bransgrove ve King; 1996),

- Kuruluş aşamasındaki güçlü teşvikler sayesinde gelişim üzerinde yerel kontrolün sağlanması, statü elde edilmesi, iş ağlarınla bağlantıya geçme, ailede eşitliğin sağlanması, iş bulamayan aile bireylerinin iş sahibi olmaları ve bireylerin kendi işlerinin patronu olabilmelerinin sağlanması, (Smith,1998)

- Aile ile birlikte çalışmanın verdiği memnuniyet, yapılan işten gurur duyulması ve bağımsız çalışmanın verdiği haz (Getz ve Carlsen, 2000:556),

-Gerçek anlamdaki çiftlik turizmi, küresel pazarların standartlaşma yönündeki baskıya karşı koymaya, kültürün nesneleştirilmesine ve bölgenin ve davranışların homojenleşmesine karşı koymada iyi bir araç olabilir (Ciervo, 2012),
- Azgelişmiş ve nüfusu azalmakta olan alanlar üzerinde olumlu etkiye sahip olabilmektedir (Getz ve Carlsen, 2000:556),
- İşsizliği azaltıcı etkisi, ek gelir sağlama, kırsal toplumlarda sürdürülebilir istikrarı desteklemesi ve kültürel alanların iyi yönetilmesine katkı sağlaması (Slavic ve Schmitz, 2013: 265),
- Çiftlik turizmi tarımın çevreye olan olumsuz etkilerini azaltmada bazı fırsatlar (sürdürülebilir üretim modellerinin yaygınlaştırılması, organik ekolojik çiftlik turizm) sunmaktadır (Mastronardi vd., 2015;10); Ciervo, 2013),

Çiftlik Turizminin Dezavantajları:

-Turizm ile faaliyet göstermek aileler üzerine zorluk getirmekle birlikte, çoğu işi yapan kadının, yükü turizm ile birlikte daha da artmaktadır (Mendonsa, 1983),
-Aileler turizmden faydalanmak ve turizmle başa çıkabilmek için davranış kalıplarını bilinçli olarak değiştirebilmektedir (Mendonsa, 1983),
-Uzun çalışma süreleri, az finansal ödül, toplum ve aile hayatının bozulması (Smith,1998),
-Özel hayatın korunması sorunu (Stringer, 1981),
- Gelir eksikliği, pazarlama bilgisinin yetersizliği ve daha önce turizmde iş deneyiminin olmaması gibi nedenlere bağlı olarak başarısızlığa uğrama (McKercher ve Robbins,1998),
- Boş zamanın azlığı ve buna bağlı olarak iş ve aile hayatının arasında dengenin kurulmasının zorlaşması (Getz ve Carlsen, 2000:556),
- Müşterilerden uzakta bir alana duyulan ihtiyaç (Getz ve Carlsen, 2000:556),
-Amaçlar ve sorunların çözümü konusunda, ailede ve aile işinde eşit değeri bulma konusunda yaşanan aile içi çatışmalar (Getz ve Carlsen, 2000:556),
- Çiftlik turizminin ticarileşmesi tarımsal alanın tarım dışı kullanımına, kırsal yaşam tarzının kentleşmeye dönüşümüne ve de kültürel homojenleşmeye neden olabilir (Ciervo, 2013: 329; Slavic ve Schmitz, 2013: 271),

- Yönetim, finansman, pazarlama ve promosyon gibi alanlarda yaşanan sorunlar ve her zaman iyi hizmetin sağlanamaması (Getz ve Carlsen, 2000:556),
- Enerji ve su tüketimini arttırıcı etki ederek çöp sorununu beraberinde getirebilir (Slavic ve Schmitz, 2013: 271),
- Aile işletmelerinde iş yapılırken birlikte olunurken diğer taraftan birlikte eğlenceli zaman geçirmek için daha az serbest zamanın olması (Getz ve Carlsen, 2000:556),
- Kırsal turizm ve turizm işletmeciliği yüksek mevsimsellik özelliğe sahiptir ve ailelerin gelir kaybı endişesini de beraberinde getirmektedir (Getz ve Carlsen, 2000:556),
- Kırsal geleneklerin ve kültürel mirasın ana çekici unsur olarak kullanılması bölgesel etkiyi arttırarak yörenin ruhunun zarar görmesine neden olabilir (Slavic ve Schmitz, 2013: 271),
- Aile hayatına karışılması ve aile içi çatışmalar (Getz ve Carlsen, 2000:556), şeklindedir.

Çiftlik turizminin çevreye olabilecek olumsuz etkilerini azaltmak için çevre dostu uygulamaların benimsenmesi fayda sağlayabilecektir. Özellikle organik tarım uygulamaları tarımın çevre üzerine olumsuz etkilerini azaltıcı bir rol oynayabilir (Ciervo, 2013; Mastronardi vd., 2015:8) ve çiftlik turizmi organik tarım gibi sürdürülebilir üretim modellerinin yayılmasında katkı sağlayabilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu bölümdeki bulgular iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda, Türkiye'deki Tatuta çiftliklerine yönelik ziyaretçi yorumlarının analizine, ikinci kısımda Tatuta çiftlik sahiplerinin Tatuta deneyimlerine yönelik görüşlerine yer verilmiştir.

3.1. TÜRKİYE'DEKİ TATUTA ÇİFTLİKLERİNE YÖNELİK ZİYARETÇİ YORUMLARININ ANALİZİ

Türkiye'de 'tarım turizm takası' projesi kapsamında faaliyet gösteren 92 adet çiftlik işletmesine yönelik ziyaretçilerin yorumları bir Word belgesine kopyalanmıştır. Bu yorumlar bölgesel olarak ayrılmıştır. Bölgesel olarak her bir çiftlik işletmesine ziyaretçiler tarafından yapılan tüm yorumlar içerik analizine tabii tutulmuştur. Bu analiz yapılırken çiftlik işletmelerinin her biri farklı (A,B,C..) harflerle kodlanmıştır. Türkiye'deki 7 coğrafi bölge ayrı ayrı değerlendirildiği için her bölgedeki çiftlikler bölgenin isminin baş harfi eklenerek kodlanmıştır. Akdeniz Bölgesindeki çiftliklerde A, İç Anadolu Bölgesindeki çiftliklerde İ, Ege Bölgesindeki çiftliklerde E, Marmara Bölgesindeki çiftliklerde M, Karadeniz Bölgesi çiftlikleri için K, Güneydoğu Anadolu Bölgesi için G, Doğu Anadolu Bölgesi için D kodu kullanılmıştır.

Örneğin Ege Bölgesinde bulunan A çiftliğini ziyarete gelen bir ziyaretçi EA_{Z1} şeklinde kodlanmıştır. Yani çiftlik işletmelerini ziyaret edenler, her harfin yanına birer sayı verilerek kodlanmıştır. Örneğin Marmara Bölgesinde A işletmesini ziyaret eden 10 ziyaretçiden alınan veriler, analiz edilirken ve de tablolarda MA_{Z1}, MA_{Z2}, MA_{Z3}, MA_{Z4}…MA_{Z10} şeklinde kodlanmıştır. MA_{Z1}, A işletmesini ziyaret eden bir ziyaretçidir. MA_{Z2} ise yine A işletmesini ziyaret eden ikinci ziyaretçidir. MA_{Z3} ise yine A işletmesini ziyaret eden bir diğer ziyaretçidir. Marmara Bölgesinde B işletmesini ziyaret eden 3 ziyaretçi için ise MB_{Z1}, MB_{Z2} ve MB_{Z3} şeklinde bir

kodlama yapılmıştır. MB_{Z1}, Marmara Bölgesinde bulunan B çiftliğini ziyaret eden ziyaretçilerden birincisidir. MB_{Z2} ise, Marmara Bölgesinde bulunan B çiftliğini ziyaret eden ziyaretçilerden ikincisidir.

Çiftlik işletmeleri ile ilgili ziyaretçilerin yorumlarının içerik analizi sürecinde toplanan veriler öncelikle kodlanmıştır ve ardından temalara ayrılmıştır. İçerik analizi Aydın (2015:383)'a göre ham verilerin tümdengelimsel şekilde temalara ayrılması ve kodlanmasında kullanılır. Araştırmanın değerlendirici bir özelliğe sahip olmasından dolayı değerlendirici kodlama teknikleri kullanılmıştır. Değerlendirici kodlama, büyüklük kodlaması ve betimsel kodlama ile birlikte kullanılmıştır. Betimsel kodlama konunun belirlenmesinde kullanılırken, büyüklük kodlaması katılımcının olumlu mu yoksa olumsuz bir yorumda mı bulunduğunu belirlemek için kullanılır (Saldana, 2009:98). Büyüklük kodlaması tamamlayıcı sayı ve harflerden veya kodlanmış verilerin veya kategorilerin yoğunluğunu, sıklığını, yönünü, durumunu gösteren sembolik kod veya alt kodlardan oluşur (Saldana, 2009: 58). Büyüklük kodlaması Saldana (2009:59)'a göre olumlu, olumsuz, neutral gibi değerlendirici içeriğe sahip kelime veya sayılardan oluşur.

Türkiye'deki 7 ayrı coğrafi bölgedeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumları öncelikle 'olumlu' ve 'olumsuz' şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Çiftliklere yönelik *olumlu* ve *olumsuz* yorumlar kendi içinde de alt kategorilere ayrılmıştır. Bu alt kategoriler; *iletişim becerileri*, *fiziksel şartlar*, *iş durumu*, *davranış/tutum*, *fiyat* ve *bilgi değişimi* şeklindedir.

İlk alt kategori olan *'iletişim becerileri',* çiftlik sahipleri ile bu çiftlikleri ziyarete gelecek ya da gelen ziyaretçiler arasında bilginin doğru şekilde ve doğru zamanda aktarımı yani iletişim kurabilme yeteneğini temsil etmektedir ve üç tane kod içermektedir. Bunlar; *yabancı dil yeterliliği*, *maillere cevap verme* ve *web site* şeklindedir.

Tablo 9: Kodlara İlişkin Örnekler

Kategori			Örnek
İletişim Becerileri	Y. Dil Yeterliliği		*Türkçe bilmeyenlerin İngilizce bilen gönüllülere ihtiyacı olacak çünkü ev sahipleri herhangi bir yabancı dil bilmiyor.*
	Maillere Cevap Verme		*Ev sahibi oraya gitmeden önce yazdığımız maile cevap vermedi ve bundan dolayı çiftliğe nasıl ulaşacağımızı bilemedik.*
	Website	Yetersiz	*Çiftliğin Tatuta web sayfasındaki yönlendirmeler eksikti. Pazar günleri köye otobüsün gitmediğine dair herhangi bir bilgi verilmemişti.*
		Yanlış	*Çiftliğin Tatuta web sayfasındaki yönlendirmeler yanlıştı.*
Fiziksel Şartlar	Oda		*Çiftliğin odaları çok küçük ve rahatsızdı.*
	Bölge		*Ev her yerin yemyeşil olduğu güzel bir bölgededir.*
	Konum		*Yemyeşil ormanların arasında, çok güzel bir konumda yer alıyor.*
	Çiftlik		*Milli park kadar araziye sahip güzel bir çiftlik.*
	Ev		*Çiftlik sahibi bizi şaşırtıcı bir şekilde rahat olan bir ağaç eve geçirdi ta ki yağmur yağana kadar.. Çatı, ağacın çevresinden dehşet derecede akıtmaya başladı ve ağaç evin köşelerine kadar yağmur suyu sızdı.*
	Yiyecek		*Onlarla her gün çalışmaktan ve masaya oturup harika yiyecekleri tatmaktan büyük keyif aldım.*
	Yol		*Çiftliği bulmak zor. Dolmuşlar sadece yolun yarısına kadar gelmekte ve diğer yarısı için başka bir araç ya da taksi bulmak gerek.*
İş Durumu	İş Yükü	Uzun	*10 günde sadece bir günümüz tatildi ve çiftlikte neredeyse her gün 10 saat çalıştık. Bundan dolayı başka bişey yapmak için çok az vakit vardı.*
		Sınırlı	*Çiftliğindeki yapılacak işler sınırlı.*
	İş Yeterliliği	Acemilik	*Çiftlik sahibi organik tarım konusunda oldukça acemi.*
		Gevşek	*Çiftlik sahibi çalışma disiplini açısından gevşek biridir.*
		Kötü	*Çiftlik sahibi iş öğretimi açısından kötü.*
Davranış/ Tutum	Misafirperverlik		*Gülen yüzlerle ve sıcak bir tavırla gelmiştik ancak çiftlik sahibi pek misafirperver değildi. Sanki hiçbir şekilde ziyaretçi istemiyor gibi bir tavrı vardı.*
	Titiz		*Eğer oraya gönüllü olarak gideceksenız, ne kadar yetenekli ve istekli olduğunuzu göstermelisiniz, yoksa ev sahibini memnun edemezsiniz.*
	Arkadaşça		*Buradaki ev sahipleriyle arkadaşça çok keyifli muhabbetler edilebilir.*
	İyimser		*Çökmüş evinin yerine yenisini yapıyordu. Her şeye rağmen koruduğu iyimser hali beni etkilemişti.*
	Çalışkan		*Canla başla çalışıyorlar. Onlardan öğrenilecek çok şey var..*
	Cömert		*Çiftlik sahibi cömert bir insan.*
	Rahatsız Edici		*Ev sahipleri çok az iş yaparken yapılacak işlerin bize söylendiği, garip bir şekilde rahatsız edici bir atmosfer vardı.*
	Kaba		*Bazı işleri nasıl yapacağımız bize gösterilmedi aksine çiftlik sahibi (bazen yüksek sesle) çok kötü bir İngilizceyle bir işin nasıl tamamlanması gerektiği söyledi.*
Bilgi Edinimi	Tarım		*Çok az iş yaparken yapılacak işlerin bize söylendiği, garip bir şekilde rahatsız edici bir atmosfer vardı.*
	Hayvancılık		*Arıcılığı ve arılarla ilgili çok şey öğrendim.*

İkinci alt kategori olan *'fiziksel şartlar'* çiftliğin sağladığı fiziksel olanakları temsil etmektedir ve içerdiği kodlar; *oda, bölge, konum, çiftlik, ev, yiyecek, yoldur* (Tablo 9).

Üçüncü alt kategori *iş durumu* olup, çiftliklere gelen gönüllülerin çalışma saatlerinin uzunluğunu, çalışma şartlarını veya yapılan işin zorluk derecesini ve yapılan işlerin çeşitliliğini ve çiftlik sahiplerinin iş yeterliliğini temsil etmektedir. Bundan dolayı, iş yükü ve iş yeterliliği olarak iki kod içermektedir.

Dördüncü alt kategori ise *tutum/davranıştır*. Çiftlik sahibinin ziyaretçilere nasıl davrandığı ve nasıl ağırladığı bu alt kategoriyi temsil etmektedir. İlk olarak, misafirperverlik kodu; hoş karşılamayı ve sıcak bir algı sağlanmasını ifade etmektedir. *Davranış/tutum* kategorisindeki diğer kodlar; *titiz, arkadaş canlısı/arkadaşça, iyimser, çalışkan, cömert, rahatsız edici, kaba* şeklindedir. Çiftlik sahibinin dostça ve arkadaşça davranış ve tutumları arkadaş canlısı kodunu temsil ederken, gelen ziyaretçilerin nasıl ağırlandığı misafirperverlik kodunun içerisinde yer almaktadır. İyimser kodu çiftlik sahiplerinin ziyaretçilere ve olaylara olumlu ve iyimser yaklaşımını ifade etmektedir. Çiftlik sahiplerinin çalışkan tavır içerisinde olmaları *çalışkan* kodu ile ifade edilmektedir. Çiftlik sahiplerinin cömert davranmaları cömert kodunu, kaba davranış sergilemeleri kaba kodunu ve rahatsız edici bir atmosfer yaratmaları da rahatsız edici kodunu ifade etmektedir.

Beşinci alt kategori *fiyat* olmakla birlikte ziyaretçilerin fiyatlarla ilgili değerlendirmeleri bu kategori içerisinde değerlendirilmiştir.

Altıncı alt kategori *bilgi edinimi* olmakla birlikte bu alt kategori, ziyaretçilerin çiftlikte geçirdikleri süre içerisinde tarım veya hayvancılıkla ilgili bir şeyler öğrenip öğrenmediği ile ilgilidir. Dolayısı ile bu alt kategoride iki kod bulunmaktadır. Bunlar; *tarım* ve *hayvancılık* şeklindedir. Tüm bu kategorilere ilişkin örnek ifadeler Tablo 9'da gösterilmiştir.

3.1.1. Karadeniz Bölgesi

Türkiye'deki bölgeler içerisinde en fazla çiftlik işletmesi bulunan Karadeniz Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumlarının içerik analizi yapılmış, analiz sonuçları Tablo 10 ve Tablo 11'de gösterilmiştir. Bazı çiftlik işletmelerine ziyaretçiler tarafından herhangi bir yorum yapılmamıştır. Dolayısı ile bu çiftlik işletmeleri tablolarda yer almamıştır. Bu bölgedeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumları öncelikle 'olumlu' ve 'olumsuz' şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Çiftliklere yönelik olumsuz yorumlar kendi içinde de alt kategorilere ayrılmıştır. *Olumsuz* kategoride 4 alt kategori yer almaktadır. Bu alt kategoriler; *iletişim becerileri*, *fiziksel şartlar*, *iş durumu* ve *davranış/tutum* şeklindedir.

İlk alt kategori olan *'iletişim becerileri'* üç tane kod içermektedir. Bunlar; *yabancı dil yeterliliği*, *maillere cevap verme* ve *web site* şeklindedir. Web site kendi içinde yetersiz ve yanlış olarak iki gruba ayrılmıştır.

Yabancı dil yeterliliği ile ilgili KA, KH, KO ve KY işletmesi ile ilgili ziyaretçiler olumsuz yorum yapmışlardır. Ziyaretçi KA_{Z1}, KA çiftliğinin sahibinin neredeyse hiç İngilizce bilmediğini ve bunun bir sorun olduğunu belirtmiştir. KA_{Z2} ise KA çiftlik sahibinin ziyaretçilerin gelmeden önce attıkları mesajlara cevap yazmadığını ifade etmişlerdir. Ziyaretçiler çiftliğe nasıl gideceklerini sormuşlar ve de çiftlik sahibi cevap yazmamıştır. Bu da diğer bir iletişim eksikliğini göstermektedir. Çiftliğe nasıl ulaşılabileceğine dair web sitedeki yetersiz bilgi ve çiftlik sahibinin ziyaretçilerin mesajlarına cevap yazmaması ziyaretçilerin çiftliğe ulaşımı sırasında kaybolmalarına neden olmuştur. KH_{Z1}, KH çiftlik sahibinin İngilizce konuşamadığını iletişim kurabilmek için Türkçe öğrenilmesinin gerektiğini ya da çeviri yapabilecek birisi ile gidilmesi gerektiğini söylemiştir. KO_{Z7}, KO çiftlik işletmecisinin biraz İngilizce bildiğini ama yine de bazen iletişim sorunları yaşadıklarını bir örnekle şu şekilde belirtmiştir:

'..bir keresinde akşam yemeği için dışarı çıkacağımızı söyledik, amacımız sadece kasabayı keşfetmekti, ama bu durumu kişiselleştirdiler ve kırıldılar. Nedenini anlamadık.'

Ziyaretçi KY_{Z1}, KY çiftliğinde yabancı dilin engel oluşturduğunu ama yine de ev sahibinin elinden geleni yapmaya çalıştığından bahsetmiştir.
Maillere cevap verme ile ilgili de KA çiftliği ile ilgili olumsuz eleştiri yapılmıştır. Ziyaretçi KA_{Z2} şunları belirtmiştir:

'..ev sahibi oraya gitmeden önce yazdığımız maile cevap vermedi. Bundan dolayı çiftliğe nasıl ulaşacağımızı bilemedik.'

Web site, çiftliklerin Tatuta web sayfası üzerindeki özel sayfalarını temsil etmekle birlikte bu kategoride *yetersiz bilgi* ve *yanlış bilgi* kodları bulunmaktadır. KA çiftliğinin web sitesi ile ilgili olumsuz yorumlar belirtilmiştir. Ziyaretçi KA_{Z2}, KA çiftliğinin web sitesindeki hem yetersiz hem de yanlış bilgiden şikâyetçi olmuştur. KA_{Z2} bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:
'..çiftliğin Tatuta web sayfasındaki yönlendirmeler yanlış ve eksikti. Pazar günleri köye otobüsün gitmediğine dair herhangi bir bilgi verilmemişti. Ayrıca, ziyaretçilerin köyden çiftliğe ulaşmak için 8 TL karşılığında bir taksiye binmeleri gerektiği de belirtilmemişti.'

İkinci alt kategori olan *'fiziksel şartlar'* çiftliğin sağladığı fiziksel olanakları temsil etmektedir ve dört tane kod içermektedir. Bunlar; *oda, ev*, *yiyecek ve yol* olarak kodlanmıştır. KA, KI, KJ ve KO çiftliğinin fiziksel şartları ile ilgili bazı ziyaretçiler olumsuz yorumlarda bulunmuştur. KA_{Z2}, KA çiftliğinin *odalarının* çok küçük ve rahatsız olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, odalarını değiştirmek istediklerinde de ev sahibinin ekstra 20 TL talep ettiğini ifade etmiştir. KA_{Z1}, KA çiftliğindeki *evle* ilgili yaşadığı olumsuzluğu şöyle ifade etmiştir:

'.. çiftlik sahibi bizi şaşırtıcı bir şekilde rahat olan bir ağaç eve geçirdi ta ki yağmur yağana kadar.. Çatı, ağacın çevresinden dehşet derecede akıtmaya başladı ve ağaç evin köşelerine kadar yağmur suyu sızdı.'

KI_{Z1} ve KJ_{Z1} ziyaretçileri de KI ve KJ çiftliklerinin *ev*leri ile ilgili olumsuzluklardan bahsetmişlerdir. KI_{Z1}, KI çiftliğinin sahibinin yeni bir ev yapmakta olduğunu ancak

mevcuttaki evin yıkılmak üzere olduğunu belirtmiştir. KJ_{Z1}, KJ çiftliğinin sahibinin yeni bir ev inşa ettiğini ve kaba inşaatını gezdiğini ifade etmiştir.

*Yiyecekler*le ilgili de KO_{Z5}, KO çiftliği ile ilgili olumsuzluklardan bahsetmiştir. Bu ziyaretçi KO çiftlik sahibinin yiyecekler konusunda kendisini tatmin etmediğini belirtmiştir.

Çiftliğin *yol*u ile ilgili ziyaretçi KA_{Z2}, çiftliği bulmanın zor olduğunu belirtmiştir. KA_{Z2} dolmuşların sadece yolun yarısına kadar geldiklerini diğer yarısı için başka bir araç ya da taksi bulmanın gerekli olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 10: Karadeniz Bölgesi Çiftlikleri Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod		Ziyaretçiler
Olumsuz	İletişim Becerileri	Y. Dil Yeterliliği		KA_{Z1},$KA_{Z2,}$ KH_{Z1},KO_{Z7},KY_{Z1}
		Maillere Cevap Verme		KA_{Z2}
		Web site	Yetersiz	KA_{Z2}
			Yanlış	KA_{Z2}
	Fiziksel Şartlar	Oda		KA_{Z2}
		Ev		KA_{Z1},KI_{Z1},KJ_{Z1}
		Yiyecek		KO_{Z5}
		Yol		KA_{Z2}
	İş Durumu	İş Yükü	Uzun	KO_{Z6},KO_{Z7}
			Sınırlı	KU_{Z1}
		İş Yeterliliği	Acemilik	KA_{Z1}
			Gevşek	KA_{Z1}
			Kötü	KO_{Z5}
	Davranış/ Tutum	Misafirperver Olmayan		KA_{Z1},KA_{Z2},KB_{Z1}
		Titiz		KD_{Z3}
		Kaba		KA_{Z1}
		Rahatsız Edici		KA_{Z1}
Toplam				14

Üçüncü alt kategori *iş durumu* olmakla birlikte bu alt kategori çiftliklere gelen gönüllülerin çalışma saatlerinin uzunluğunu, çalışma şartlarını veya yapılan işin zorluk derecesini ve yapılan işlerin çeşitliliğini ve çiftlik sahiplerinin iş yeterliliğini temsil etmektedir. Bu alt kategoride iki tane kod bulunmaktadır. Bunlar; iş yükü ve iş yeterliliğidir. İş yükü iki gruba ayrılmıştır. Bunlar; *uzun* ve *sınırlı* şeklindedir. KO ve

KU çiftliklerinin iş yükü ile ilgili bazı ziyaretçiler olumsuz deneyim yaşamışlardır. Ziyaretçi KO_{Z6} ve KO_{Z7}, KO çiftliğinin iş yükünün *uzunluğu* ile ilgili sıkıntılarını şu şekilde ifade etmişlerdir:

KO_{Z6}: *'..her gün çiftlikte geçirilen süre uzundu: 10-12 saat.'*

KO_{Z7}: *'..10 günde sadece bir günümüz tatildi ve çiftlikte neredeyse her gün 10 saat çalıştık. Bundan dolayı başka bişey yapmak için çok az vakit vardı ki bu da bir dezavantajdı.'*

KU_{Z1} ziyaretçisi de KU çiftliğindeki yapılacak işlerin *sınırlı* oluşundan bahsetmiştir.

İş yeterliliği ise çiftlik sahiplerinin yaptıkları işte ne kadar yetkin olduğunu ifade etmektedir. Bu alt kategori, *acemilik*, *gevşeklik* ve *kötü* olmak üzere üç kod içermektedir. KA ve KO çiftlikleri iş yeterliliği konusunda bazı ziyaretçiler tarafından olumsuz şekilde değerlendirilmişlerdir. Ziyaretçi KA_{Z1}, KA çiftlik sahibinin acemi ve gevşek olduğunu ifade etmiştir. Ziyaretçi KO_{Z5}, KO çiftlik sahibinin iş öğretimi açısından kötü olduğunu belirtmiştir.

Dördüncü alt kategori ise *misafirperver olmayan*, *titiz*, *kaba ve rahatsız edici* kodlarını içeren *tutum/davranıştır*. Çiftlik sahibinin ziyaretçilere nasıl davrandığı ve nasıl ağırladığı bu alt kategoriyi temsil etmektedir. İlk olarak, misafirperver olmayan kodu; nazik olmayan karşılamayı ve sıcak bir algı sağlanmamasını ifade etmektedir. Ziyaretçi KA_{Z1}, KA_{Z2} ve KB_{Z1}, KA ve KB çiftlik sahiplerinin pek de misafirperver olmadıklarını şu şekilde belirtmişlerdir:

KA_{Z1}: *'..biz geldiğimizde çiftliğin sahibi gelmemizden bir gün önce görüşmüş olmamıza rağmen orada değildi.'*

KA_{Z2}: *'..gülen yüzlerle ve sıcak bir tavırla gelmiştik ancak çiftlik sahibi pek misafirperver değildi. Sanki hiçbir şekilde ziyaretçi istemiyor gibi bir tavrı vardı. Bizimle çok az konuştu ve odamızı bile göstermeden gitti.'*

Ziyaretçi KB_{Z1} ise çiftliğin bulunduğu köydeki insanların misafirperver olmayan tavırlarından yakınmıştır. KB_{Z1}, köyde yalnız bisikletle dolaşırken, bazı köylülerin kendisini terörist zannettiğini ve polisi aramak istediklerinden bahsetmiştir.

Ziyaretçi KD_{Z3}, KD çiftlik sahibinin *titiz* olan bazı davranışlarını ve onu memnun etmenin zorluğunu şu şekilde ifade etmiştir:
'..eğer oraya gönüllü olarak gidecekseniz, ne kadar yetenekli ve istekli olduğunuzu göstermelisiniz, yoksa ev sahibini memnun edemezsiniz. Eğer misafir olarak giderseniz muhteşem bir tatil geçirirsiniz.'

Üçüncü kod olan *kaba* nazik olmayan ve sert davranışları ifade etmektedir. Ziyaretçi KA_{Z1}, KA çiftlik sahibinin bu davranışını şu şekilde ifade etmiştir:
'..bazı işleri nasıl yapacağımız bize gösterilmedi aksine çiftlik sahibi (bazen yüksek sesle) çok kötü bir İngilizceyle bir işin nasıl tamamlanması gerektiği söyledi.'

Dördüncü kod *atmosfer*dir. Ziyaretçilerin çiftlikte geçirdikleri süre içerisinde algıladıkları atmosferi ifade etmekle birlikle bu alt kategoride *rahatsız edici* kodu bulunmaktadır. Ziyaretçi KA_{Z1}, KA çiftliğindeki rahatsız edici bir atmosferden şu şekilde bahsetmiştir:
'..ev sahipleri çok az iş yaparken yapılacak işlerin bize söylendiği, garip bir şekilde rahatsız edici bir atmosfer vardı.'

Genel olarak Karadeniz Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumsuz yorumları en fazla KA çiftliği için yapılmıştır. KA işletmesini KO işletmesi takip etmiştir. Ziyaretçiler en fazla çiftlik sahiplerinin yabancı dil bilgileri ile ilgili olumsuz yorumlarda bulunmuşlardır. Yabancı dil bilgisinin yanı sıra fiziksel şartlardan çiftlik evleri olumsuz şekilde eleştirilmiştir. Çiftlik sahibinin misafirperver olmaması da eleştirilen diğer bir unsurdur. Son olarak da diğer unsurlara nazaran daha fazla eleştirilen konu çalışma saatlerinin uzunluğu olmuştur.

Karadeniz Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin *olumlu* deneyimleri altı alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; *bilgi edinimi*, *davranış/tutum*, *fiziksel olanaklar*, *fiyat*, *iletişim becerileri* şeklindedir (Tablo 11).

İlk alt kategori *bilgi edinimi* olmakla birlikte bu alt kategori, ziyaretçilerin çiftlikte geçirdikleri süre içerisinde tarım veya hayvancılıkla ilgili bir şeyler öğrenip

öğrenmediği ile ilgilidir. Dolayısı ile bu alt kategoride iki kod bulunmaktadır. Bunlar; *tarım* ve *hayvancılık* şeklindedir. Tarım ile ilgili bilgi deneyimi konusunda ziyaretçiler KB, KO, KP ve KV çiftliklerine olumlu yorumda bulunmuşladır. Hayvancılık konusunda ise KB, KD, KO ve KP çiftlikleri için olumda yorumda bulunulmuştur.

KB_{Z1} ziyaretçisi, KB çiftliğinde hem tarım hem de hayvancılık ile ilgili çok şey öğrendiğini ifade etmiştir.

KB_{Z1}: '..çay yaprağı topladık ve bu işin ne kadar zor ve de o kadar eğlenceli olduğunu fark ettim. Ağaçlardan meyve topladım ve otları kopardım. Arıcılığı ve arılarla ilgili çok şey öğrendim.'

Ziyaretçi KD_{Z1}, KD çiftliğinde aracılıkla ilgili çok şey öğrendiğini şu sözleriyle ifade etmiştir;

KD_{Z1}: '..geçirdiğim bir hafta süresince, daha çok arıcılıkla geçimini sağlayan çiftten, bu alana dair pek çok şey öğrendim. Larva transfer odalarında yapılan işlemlerden ve amaçlarından, arı çeşitlerine, bal üretme aşamalarına kadar arıcılıkla ilgili faydalı bilgiler edindim.'

KO çiftliğinde birçok ziyaretçi tarım ile ilgili bilgiler edindiğini belirtmiştir (KO_{Z1}, KO_{Z3}, KO_{Z4}, KO_{Z6}, KO_{Z7}, KO_{Z8}, KO_{Z12}, KO_{Z13}) . Ziyaretçilerden KO_{Z1}, KO_{Z4}, KO_{Z7}, KO_{Z8}, KO_{Z12} ve KO_{Z13} organik tarımla ilgili birçok şey öğrendiğini, KO_{Z3}; ağaçtan sofralara gelene kadar bir ürünün nasıl emekle harmanlandığını gördüğünü, KO_{Z6}; çilek toplama, ev yapımı sirke şişeleme, bahçede yetişen fasulyelere sırık yapma gibi birçok işi deneyimleme fırsatı bulduğunu ifade etmiştir.

KV çiftliğinde ziyaretçi KV_{Z1}, farklı ürünlerin tarlada nasıl yetiştirildiğini gördüğünü belirtmiştir. KP çiftliğinde ise hem *tarım* hem de *hayvancılık* ile ilgili deneyim kazanımı söz konusu olmuştur. Ziyaretçi KP_{Z1} bu deneyimi şu sözlerle ifade etmiştir,

'..çiftliğinde özellikle ev sahibi teyzeden toprakla doğayla ilgili değerli tecrübelerinden ve Funda hanımın ziraatla ilgili mesleki tecrübelerinden çok şey öğrendik. Özellikle süt sağmak ve peynir yapmak çok keyifliydi.'

Hayvancılıkla ilgili KB, KD, KO ve KP çiftliklerinde ziyaretçiler bilgi edindiklerini ifade etmişledir. KO_{Z6}, KO çiftliğinde kaldığı süre zarfında sulama kanalından balık tutmayı öğrendiğini belirtirken, KD_{Z1}, KD çiftliğinde arıcılıkla ilgili çok şey öğrendiğini ifade etmiştir.

Olumlu kategoride ikinci alt kategori *davranış/tutum*dur ve bu alt kategori beş koda ayrılmıştır. Bunlar; *arkadaş canlısı*, *misafirperver*, *iyimser*, *çalışkan* ve *cömert* şeklindedir.

Ziyaretçiler tarafından KD, KF, KH, KN, KO, KP çiftlikleri *arkadaş canlısı* olarak değerlendirilmiştir. KD çiftliği ile ilgili KD_{Z1} şu ifadeleri kullanmıştır:

'..mutlu yayla pikniği maceramızla birlikte, tamamı Gürcü ailelerden oluşan bu bölgenin yerleşikleriyle geliştirdiğim samimi ilişkiler ise gönüllü ziyaretimde beklentimi fazlasıyla karşıladı..'

KF çiftliği ile ilgili ziyaretçi KF_{Z1}, bu çiftlik sahiplerinin çok arkadaş canlısı olduğunu ifade etmiştir.

KH çiftliği ile ilgili ziyaretçi KH_{Z1}, buradaki ev sahipleriyle arkadaşça çok keyifli muhabbetler edilebileceğini belirtmiştir.

KN çiftliği ile ilgili KN_{Z1}, bu çiftlik sahibi çiftin çok arkadaş canlısı olduğunu ifade etmiştir.

KP çiftliği ile ilgili ziyaretçi KP_{Z1} ev halkının dostluğuna vurgu yaparken KO çiftliğinin arkadaşça davrandığı ile ilgili beş ziyaretçi yorumda bulunmuştur.

Misafirperverlik ile ilgili KC, KD, KF, KG, KK, KO ve KP çiftlikleri ile ilgili ziyaretçiler olumlu değerlendirmelerde bulunmuşlardır.

KC_{Z1}, KC çiftliğinde ev sahiplerinin doğal ve samimi davranışları sayesinde kendini hiç yabancı hissetmediğini belirtirken; KD_{Z1}, KD çiftliğinde çok sıcak karşılandığını ifade etmiştir. KF_{Z1}, KF çiftlik sahibinin kendini çok iyi ağırladıklarını söylerken, KG_{Z1}, KG çiftliğinin sahibinin konuk ağırlamaktan hoşlandığından bahsetmiştir. KK_{Z1}, KK çiftlik sahibinin misafirperver olduğunu ifade etmiştir. KP_{Z1}, KP

çiftliğindeki ev halkının dostluğunun ve sıcakkanlı misafirperverliğinin onları çok mutlu ettiğini belirtmiştir. KO çiftliğinde kalan 9 ziyaretçi de bu çiftliğin misafirperverliğinden memnun kaldıklarını ifade etmiştir. Bu konuyla ilgili ziyaretçi KO_{Z1} kendini ailenin ferdi gibi hissettiğini, KO_{Z2} bu ailenin ziyaretçilere ailenin bir ferdiymiş gibi baktığını, KO_{Z4} aile ortamında kendi evlatlarıymış gibi misafir edildiğini ifade etmiştir. KO_{Z6} ev sahiplerinin Türkiye'deki ailesi gibi olduğunu ve KO_{Z9} ev sahiplerinin kendine karşı oldukça ilgili ve misafirperver davrandığını ve ona ailesi gibi davrandıklarını belirtmiştir. Ziyaretçilerden KO_{Z11} ve KO_{Z13}'ün kullandıkları bazı ifadeler şu şekildedir;

KOZ11: *'..bir hafta kaldım ve bu çiftin ne kadar misafirperver olduğuna şahit oldum.'*

KOZ13: *'..Anadolu'nun kendine has insani yapısına sahip misafir ağırlama durumunu bu çiftlikte fazlasıyla bulacaksınız.'*

Davranış/tutum kategorisindeki *iyimser* kodu içerisinde KI ve KO çiftlikleri ile ilgili ziyaretçilerin ifadeleri yer almaktadır. Bu ifadeler şu şekildedir;

KI_{Z1}: *'..çökmüş evinin yerine yenisini yapıyordu. Her şeye rağmen koruduğu iyimser hali beni etkilemişti.'*

KO_{Z8}: *'..ekolojik tarımın tüm zorluklarına rağmen neşeyle, canla başla çalışıyorlar.'*

Çalışkanlığı ile ilgili G, M ve O çiftlik sahipleri ile ilgili olumlu değerlendirilmeler yapılmıştır. KG_{Z1} ev sahibinin oldukça çalışkan bir adam olduğunu, KM_{Z1} ev sahibinin sevimli bir ailesi olan çalışkan bir çiftçi olduğunu, KO_{Z1} çiftlik sahibinin çalışma tempolarına hayran kaldığını belirtmiştir. $KO_{Z2,}$ bir haftalık süreye çok şey sığdırdıklarını, KO_{Z8} çiftlik sahiplerinin canla başla çalıştıklarını ve onlardan öğrenilecek çok şey olduğunu ve KO_{Z9} ev sahiplerinin oldukça çalışkan olduğunu ifade etmiştir. KO_{Z11}, KO_{Z12} ve KO_{Z13} çiftlik sahiplerinin çalışkanlığı ile ilgili şu ifadeleri kullanmıştır;

KO_{Z11}: *'..bir hafta kaldım gördüğüm en çalışkan insanlardı.'*

KO_{Z12}: *'..ailesi gece gündür demeden çalışıyor. Normalin iki üç katı emek sarf ediliyor.'*

KO_{Z13}: *'..çok güzel, takdir edilmesi gereken bir çaba var ortada.'*

KO çiftliğinin *cömertliği* ile ilgili ziyaretçiler değerlendirme yapmışlardır. Ziyaretçi KO_{Z7}, KO çiftlik sahibinin en cömert ev sahibi olduğunu ifade etmiştir. KO_{Z10} ziyaretçisi de çiftlik sahibinin cömert bir insan olduğundan bahsetmiştir.

Olumlu kategoride üçüncü alt kategori *fiziksel olanaklar*dır ve bu alt kategoride altı kod *vardır*. Bunlar; *bölge*, *konum*, *oda*, *ev*, *çiftlik* ve *yiyecek* şeklindedir.

Tablo 11: Karadeniz Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumlu	Bilgi Edinimi	Tarım	KB_{Z1}, $KO_{Z1,}KO_{Z3},KO_{Z4},KO_{Z6},KO_{Z7},KO_{Z8},KO_{Z12},KO_{Z13,}$ KP_{Z1},KV_{Z1}
		Hayvancılık	$KB_{Z1},KD_{Z1},KO_{Z6},KP_{Z1}$
	Davranış/ Tutum	Arkadaşça	$KD_{Z1},KF_{Z1},KH_{Z1},KN_{Z1},KO_{Z2},KO_{Z4},KO_{Z10},KO_{Z11},KO_{Z12},KP_{Z1}$
		Misafirperver	$KC_{Z1},KD_{Z1},KF_{Z1},KG_{Z1},KK_{Z1},KO_{Z1},KO_{Z2},KO_{Z4},KO_{Z6},KO_{Z9},KO_{Z10}$ $,KO_{Z11},KO_{Z12},KO_{Z13},KP_{Z1}$
		İyimser	KI_{Z1},KO_{Z8}
		Çalışkan	$KG_{Z1},KM_{Z1},KO_{Z1},KO_{Z2},KO_{Z8},KO_{Z9},KO_{Z11},KO_{Z12},KO_{Z13}$
		Cömert	KO_{Z7},KO_{Z10}
	Fiziksel Olanaklar	Bölge	$KA_{Z1},KA_{Z2},KB_{Z2},KJ_{Z1},KO_{Z7},KS_{Z1},KT_{Z1}$
		Konum	$KA_{Z3},KB_{Z2},KD_{Z1},KH_{Z1},KJ_{Z1},KL_{Z1},KN_{Z1},KO_{Z9},KO_{Z12},KO_{Z13},KU_{Z1}$
		Oda	KE_{Z1},KR_{Z1}
		Ev	$KD_{Z1},KE_{Z1},KO_{Z11},KR_{Z1}$
		Çiftlik	KA_{Z1},KL_{Z1}
		Yiyecek	$KA_{Z1},KF_{Z1},KO_{Z6},KO_{Z9},KO_{Z10},KO_{Z11}$
	Fiyat	Ucuz	KAZ2
	İletişim Becerileri	Y.Dil Yeterliliği	KOZ6

Bazı çiftliklerin bulundukları *bölge* ile ilgili bazı ziyaretçiler olumlu yorumlarda bulunmuştur. Bu çiftlikler; KA, KB, KJ, KO, KS ve KT'dir. Bu çiftliklerin bulundukları bölgeyi ziyaretçiler şu ifadelerle beğendiklerini ifade etmişlerdir:

KA_{Z1}: *'.. çiftliğin bulunduğu bölge oldukça güzel..'*

KA_{Z2}: *'..çiftlik Türkiye'nin en güzel bölgesinde bulunmakta..'*

KB_{Z2}, KB çiftliğinin bulunduğu bölgenin, her yerin orman, bahçe ve yeşillik olduğunu, KJ_{Z1}, KJ çiftlik evinin her yerin yemyeşil olduğu güzel bir bölgede olduğunu ve KO_{Z7}, KO çiftliğinin güzel küçük bir kasabada olduğunu ve neredeyse herkesin kendi tarlası olduğunu ve kasabanın her şeyi olduğunu belirtmiştir. KS_{Z1}, KS çiftliğinin ormanlarla çevrili temiz havası olan güzel bir bölgede olduğunu ve KT_{Z1}, KT çiftliği için deniz-kum-güneş aramayan turistlerdenseniz burasının sizin için ideal bir yer olduğunu ve tamamen yeşil olan Küre Dağlarıyla çevrili olduğunu ifade etmiştir.

Bazı çiftliklerin *konum*larıyla ilgili ziyaretçiler olumlu eleştiriler yapmışlardır. Konumları ile ilgili olumlu eleştirilen bu çiftlikler KA, KB, KD, KH, KJ, KL, KN, KO ve KU'dur. Bu çiftliklerin konumlarını beğendiklerini ziyaretçiler şu ifadelerle belirtmiştir;

KA_{Z3}: *'..bu çiftliğin konumu özellikle kamp ve trekking yapmayı sevenler için oldukça iyi.'*

KB_{Z2}: *'..çiftlikten dışarıya adım atınca direkt olarak doğanın kucağına düşüyorsunuz.'*

KD_{Z1}: *'..Unesco tarafından da koruma altına alınan buranın yağmur ormanlarını andırır yeşilliğine karşı konuşlanmış, tarihi ahşap evleri, bu zamana kadar konakladığım yerlerin en güzeliydi..'*

KH_{Z1}, KH çiftliğinin yemyeşil ormanların arasında, çok güzel bir konumda yer aldığını, KJ_{Z1}, KJ çiftliğinin her yerin yeşil olduğu güzel bir yerde konuşlandığını, KL_{Z1}, KL çiftliğinin güzel bir arazi üzerinde olduğunu, KN_{Z1}, KN çiftlik sahiplerinin dağ manzaralı güzel bir evde yaşadığını belirtmiştir. KO_{Z9}, KO çiftliğinin konumunun çok güzel olduğunu, KO_{Z12}, KO çiftliğinin yerinin ovaya hakim bir

tepenin eteğinde olduğunu, KO_{Z13}, KO çiftliğinde yer ve konum olarak araziyi güzelliklere hakim bir yerden doğanın güzelliklerinin keşfedilebileceğini ve KU_{Z1}, KU çiftliğinin mükemmel konumda olduğunu ifade etmiştir.

Bazı çiftliklerin *oda*ları ile ilgili olumlu yorumlar yapılmıştır. Bu çiftlikler KE ve KR çiftliğidir. KE_{Z1}, KE çiftliğinin odalarının rahat ve geleneksel özelliğine vurgu yaparken, ziyaretçi KR_{Z1}, KR çiftliğinin odalarının iç mekânının büyüleyici olduğunu şöyle ifade etmiştir: *'400 yıldır ayakta olan konağın her köşesinde bir tarih yatıyor. Kapılarından tavanına, duvarlarından perde örtülerine tüm detaylar aslını korumakta. Özellikle duvarlardaki Osmanlıca cümleler ilgi çekiyor.'*

Bazı çiftliklerin *ev*leri ile ilgili olumlu eleştiriler gelmiştir. Bu çiftlikler; KD, KE, KO ve KR çiftlikleridir. KD_{Z1}, KD çiftlik evinin tarihi ahşap ev oluşunu beğenmiştir. KE çiftlik evi ile de ziyaretçi KE_{Z1}, beton evlere karşı hala güzel taş evlerin var olmasından duyduğu mutluluğu ifade etmiştir. KO_{Z11}, KO çiftlik evinin rahat olduğunu belirtmiş ve son olarak KR_{Z1}, KR çiftlik evinin tarihi dokusunu korumasına sevindiğini belirtmiştir.

Fiziksel olanaklar açısında *çiftlikler* de olumlu şekilde değerlendirilmiştir. Bu çiftlikler KA, KL çiftlikleridir. Ziyaretçi KA_{Z1}, KA çiftliğinin güzel olduğunu belirtirken ziyaretçi KL_{Z1}, KL çiftliğinin bir milli park kadar araziye sahip olduğunu ifade etmiştir.

Fiziksel olanaklardan bir tanesi olan *yiyecekler* ile de ziyaretçiler bazı memnuniyetlerini ifade etmişlerdir. KA, KF ve KO çiftliklerinde sunulan yiyeceklerle ilgili olumlu yorumlarda bulunulmuştur. KA_{Z1}, KA çiftlik sahibinin eşinin mükemmel olduğunu belirtmiştir. KO çiftliği ile ilgili; KO_{Z9}, KO_{Z10} yemeklerin harika olduğunu ve KO_{Z11}, en lezzetli yemekleri ve reçeli tattığı en çalışkan ve en misafirperver ailenin KO çiftlik sahiplerinin olduğunu belirtmiştir.
Diğer bazı ziyaretçilerin yiyecekler ile ilgili memnuniyetleri şu şekilde ifade edilmiştir;

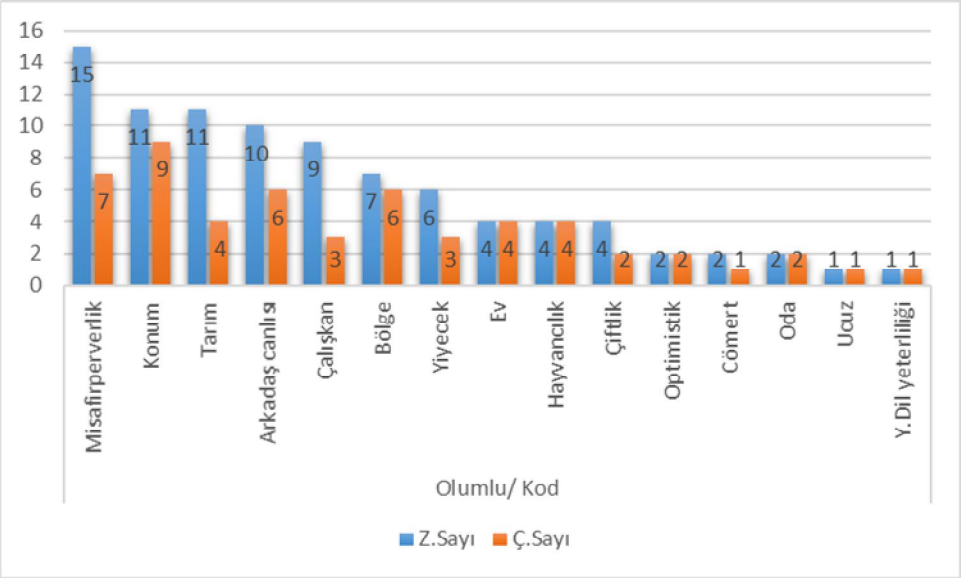
KF_{Z1}: *'..ev sahipleri kaldığım kısa süre içerisinde bana çok iyi baktılar. Çökeleğin üzerine geleneksel dut pekmezi döktüler ve hepsini yedirdiler. Kesinlikle çok lezzetliydi.'*

KO_{Z6}: *'..çiftlik sahibinin eşi harika bir aşçı ve yemeklerine bayıldım. Çiftlik fırınında farklı ekmekler de pişirdi ve kesinlikle çok lezzetliydiler.'*

Olumlu kategoride dördüncü alt kategori *fiyat* olup bu alt kategoride *ucuz* kodu yer almaktadır. Ziyaretçi KA_{Z2}, konaklamanın oldukça ucuz olduğuna vurgu yapmıştır. Olumlu kategoride son alt kategori *iletişim becerileri* yer almaktadır. Burada *yabancı dil yeterliliği* kodu bulunmaktadır. KO çiftlik sahibinin yabancı dil bilgisinin iyi olduğuna dair ziyaretçi KO_{Z6} bazı söylemlerde bulunmuştur. KO_{Z6}, KO çiftlik sahibinin gerektiği kadar İngilizce bildiğini söylemiştir.

Genel olarak Karadeniz Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumlu yorumları en fazla KO çiftliği için yapılmıştır. KA ve KD çiftliği takip etmiştir. Ziyaretçiler en fazla çiftlik sahiplerinin misafirperverliği ile ilgili olumlu yorumlar yapmışlardır. Misafirperverliğin yanı sıra çiftliğin bulunduğu konum ve ziyaretçilerin tarım ile ilgili bilgi öğrenmesi de olumlu şekilde değerlendirilmiştir. Çiftlik sahiplerinin arkadaş canlısı ve çalışkan olması ziyaretçilerin beğendiği unsurlardandır.

Şekil 3: Karadeniz Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Değerlendirmeleri



Karadeniz Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumlarına ilişkin hazırlanan Şekil 3 incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran daha azdır. Hem değerlendirme yapılan çiftlik sayısı hem de değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayıları olumlu kategoride daha fazladır.

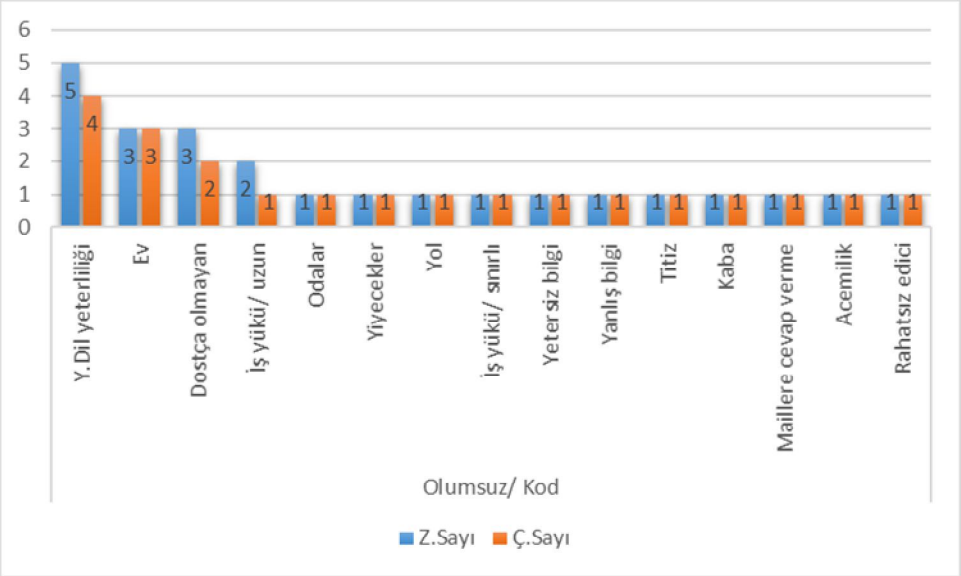
Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla beğenilen özellik *misafirperverlik* olurken 15 farklı ziyaretçi 7 farklı çiftlik için ev sahiplerinin misafirperver olduğunu belirtmişlerdir. Misafirperverliğin ardından en çok beğenildiği ifade edilen özellik *çiftliklerin konumu* ve *tarım* ile ilgili ziyaretçilerin bir şeyleri öğrenebilmesi olmuştur (Şekil 3). 11 farklı ziyaretçi 9 çiftlik için iyi konuma sahip olduğunu ifade etmiştir. Yine 11 farklı ziyaretçi 4 çiftlikte tarımın nasıl yapıldığı ile ilgili bilgi kazanımı sağladığını ifade etmiştir. Karadeniz bölgesindeki çiftliklerde en fazla beğenilen özelliklerden bir tanesi de çiftlik sahiplerinin *arkadaş canlısı* olmasıdır. 10 farklı ziyaretçi, 6 çiftlik için bu değerlendirmede bulunmuştur. Ayrıca çiftlik sahiplerinin *çalışkan* olmaları ziyaretçilerin beğendiği unsurlardandır. 9 ziyaretçi 3 farklı çiftliğin sahibi için bu değerlendirmeyi yapmıştır.

Ziyaretçiler tarafından beğenilen unsurlar sırasıyla; çiftliğin bulunduğu *bölge*, çiftlikte ziyaretçilere sunulan *yiyecekler*, ziyaretçilerin kaldığı *ev*, *hayvancılık* ile ilgili bilgi kazanımı, *çiftlik,* çiftlik sahiplerinin *iyimser tutumları*, *cömert* oluşları, çiftlik evlerinin *oda*ları, *ucuzl*uğu ve son olarak *yabancı dil yeterliliği* şeklinde olmuştur.

Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla *olumsuz* şekilde eleştirilen özellik çiftlik sahiplerinin *yabancı dil yeterliliği* olurken 5 farklı ziyaretçi 4 farklı çiftlik için ev sahiplerinin yabancı dil bilgisinin yetersiz olduğunu ve bunun sıkıntılar doğurduğundan bahsetmiştir (Şekil 4). Ziyaretçilerin

memnuniyetsiz kaldığı diğer bir özellik fiziksel şartlardan *çiftlik evlerinin* durumu olmuştur. 3 ziyaretçi, 3 çiftlik evinin fiziksel şartlar açısından iyi olmadığını ifade etmiştir. Her ne kadar 6 çiftlikte 10 ziyaretçi kendilerine arkadaşça davranıldığını belirtse de 2 çiftlikte ev sahiplerinin *dostça olmayan* şekilde davrandığını 3 ziyaretçi belirtmiştir.

Şekil 4: Karadeniz Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Değerlendirmeleri



En fazla belirtilen olumsuzluklardan bir diğeri de *çalışma saatlerinin uzunluğu* olmuştur. Çiftliklerde kalınan *oda*, sunulan *yiyecekler*, *iş yükünün sınırlılığı*, çiftlik *web sitesi*, ev sahiplerinin *titiz*, *kaba* ve *acemi* tavırları ziyaretçilerin memnuniyetsiz kaldığı hususlardandır. *Çiftliğin yolu*, çiftlikteki *rahatsız edici atmosfer* ve çiftlik sahibinin ziyaretçilerin *maillerine geç ya da hiç cevap vermemesi* eleştirilen diğer unsurlardır. Çiftliklerde ziyaretçilerin olumsuz deneyimleri arasında çiftlik sahiplerinin *yabancı dil bilgilerinin yetersiz* olmasından kaynaklı iletişim sorunları olmuştur. Bunu bazı *çiftlik evlerinin fiziksel koşulları* ve bazı *çiftlik sahiplerinin dostça olmayan davranışları* takip etmektedir.

3.1.2. İç Anadolu Bölgesi

Karadeniz Bölgesinden sonra İç Anadolu Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumlarının içerik analizi yapılmış, analiz sonuçları Tablo 12 ve

Tablo 13'de gösterilmiştir. Bazı çiftlik işletmelerine ziyaretçiler tarafından herhangi bir yorum yapılmamıştır. Dolayısı ile bu çiftlik işletmeleri tablolarda yer almamıştır. Bu bölgedeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumları öncelikle 'olumlu' ve 'olumsuz' şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Çiftliklere yönelik olumlu ve olumsuz yorumlar kendi içinde de alt kategorilere ayrılmıştır. Olumsuz kategorisinde 2 alt kategori yer almaktadır. Bu alt kategoriler; iletişim becerileri, iş yükü şeklindedir. İletişim alt kategorisi içerisinde yabancı dil bilgisinin olmadığına dair çiftlik İE ziyaretçi $İE_{Z1}$ tarafından eleştirilmiştir.

$İE_{Z1}$: *'..bizim için her ne kadar iletişim kurmak zor olsa da..'*

İş yükünün ağırlığı ile ilgili ziyaretçiler İD çiftliğini eleştirilmiştir. Ziyaretçi $İD_{Z2}$ bazı iş günlerinin çok zor geldiğini ifade ederken, $İD_{Z3}$ bazı günler yoğun çalıştıklarını belirtmiştir. $İD_{Z4}$ ise bazı günler çok çalıştıklarını söylemiştir.

Tablo 12: İç Anadolu Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumsuz	İletişim Becerileri	Y.Dil Yeterliliği	$İE_{Z1}$
	İş Yükü	Ağır	$İD_{Z2}$,$İD_{Z3}$,$İD_{Z4}$

Genel olarak İç Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumsuz yorumları en fazla İD çiftliği için yapılmıştır. İD işletmesini İE işletmesi takip etmiştir. Ziyaretçiler en fazla çiftlikteki iş yükünün ağırlığına değinmiştir. Ziyaretçilerin diğer gördüğü olumsuzluk ise çiftlik sahiplerinin yabancı dil bilgileri oluştur.

İç Anadolu Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin *olumlu* deneyimleri dört alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; *bilgi edinimi*, *davranış/tutum*, *fiziksel olanaklar* ve *iş yükü* şeklindedir (Tablo 13).

İlk alt kategori bilgi edinimi olmakla birlikte bu alt kategoride *tarım* kodu bulunmaktadır. Ziyaretçiler İD çiftliğinde tarım ile ilgili bilgi edindiklerini belirtmişlerdir.

$İD_{Z1}$: *'..ilk elden organik tarım çiftliğinde bir gün içerisinde neler yapıldığını gördüm ve öğrendim.'.*
$İD_{Z2}$: *'.. Elma, soğan (çok sayıda) ve bahçedeki diğer sebzelerin hasatını yaptık. Taze ceviz kabuğu ayıkladık ve mantar yetiştirilecek alan olan bodrumu temizledik.'*
$İD_{Z3}$: *'..Organik tarım hakkında birçok bilgi sahibi oldum.'*

Olumlu kategoride ikinci alt kategori *davranış/tutum*dur ve bu alt kategori üç koda ayrılmıştır. Bunlar; *misafirperver*, *cömert ve iyi* şeklindedir.

Ziyaretçiler tarafından İA ve İD çiftliklerinin sahipleri *misafirperver* olarak değerlendirilmiştir. İA çiftlik sahibi ile ilgili $İA_{Z1}$ çok sevimli ve misafirperver bir aile olduğunu ifade etmiştir. İD çiftliğini ziyaret eden $İD_{Z1}$, $İD_{Z2}$ ve $İD_{Z3}$ bu çiftlik sahiplerinin misafirperver olduğunu belirtmiştir;

$İD_{Z1}$: *'.. Tüm ailenin ve arkadaşlarının misafirperverliği ve sıcaklığı beni çok memnun etti.'*

$İD_{Z2}$: *'..Ev sahibi çok kibar ve misafirperverdi. Bizi ilçeden arabasıyla alıp 15 dakikalık mesafedeki o güzel çiftliğine getirdi.'.*

Davranış ve tutum olarak İD ve İE çiftlik sahipleri *cömert* olarak değerlendirilmiştir. Ziyaretçi $İD_{Z2}$ ve $İD_{Z4}$, çiftlik sahibinin oldukça cömert olduğunu ifade etmiştir. İD çiftliği ile ilgili ziyaretçi $İD_{Z4}$ ve $İD_{Z5}$, ev sahiplerinin iyi insanlar olduklarından bahsetmiştir.

Olumlu kategoride üçüncü alt kategori *fiziksel olanaklardır* ve bu alt kategori 5 koda ayrılmıştır. Bunlar; *bölge, konum, ev, çiftlik ve yiyecek* şeklindedir.

Ziyaretçiler tarafından İB ve İD çiftliklerinin bulundukları *bölge* beğenilmiştir. Ziyaretçi $İB_{Z1}$, İB çiftliğinin ulunduğu bölgenin çok huzurlu olduğunu belirtirken, $İD_{Z5}$, İD çiftliğinin bulunduğu bölgenin çok güzel olduğunu ifade etmiştir. Ziyaretçi $İD_{Z6}$ ise İD çiftliğinin Anadolu'nun tam ortasında, dingin ve sade coğrafyasına vurgu yapmıştır.

Ziyaretçiler tarafından İD ve İE çiftliklerinin *konum*u beğenilmiştir. $İD_{Z2}$, $İD_{Z3}$ ve $İD_{Z5}$, İD çiftliğinin konumunu beğendiklerini, çiftliğin göl kenarında çok güzel bir manzaraya sahip olduğunu belirtmişlerdir. Ziyaretçi $İE_{Z1}$, İE çiftliğinin harika manzarasından dolayı burada olmaktan çok memnun oluğunu ifade etmiştir.
Ziyaretçiler tarafından İD çiftlik *ev*i beğenilmiştir. Ziyaretçi $İD_{Z2}$, İD çiftliğinde çok güzel bir tane misafir evi olduğunu ve bu evde misafirlerin huzur içinde dinlenebileceklerini ifade etmiştir.

Ziyaretçiler İD çiftliğinin *çiftlik alanını* beğenmişlerdir. $İD_{Z2}$, $İD_{Z3}$, $İD_{Z4}$ ve $İD_{Z5}$, İD çiftlik alanını beğendiklerini ifade etmişlerdir. $İD_{Z3}$, bu çiftliğin sessiz, sakin, huzurlu bir çiftlik olduğunu; $İD_{Z4,}$ çok sayıda farklı ağacın ve bitkilerin olduğu oldukça büyük bir çiftlik olduğunu belirtirken, $İD_{Z5}$ bu çiftlikte 4 hafta kaldığını ve çok güzel bir çiftlik olduğunu ifade etmiştir.

$İD_{Z2}$: *'..ev sahibinin çok güzel bir çiftliği vardır. Çiftlikte çok sayıda ceviz ağacı, elma ağacı, bir sebze bahçesi, bir sera, geniş bir soğan ve patates tarlası, küçük bir gölete sahip eski bir çiftlik evi, atıl tarım müzesi, çok sayıda koyun, köpek, tavuk, güvercin, hindi, ördek bulunmaktadır.'*

Tablo 13: İç Anadolu Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumlu	Bilgi Edinimi	Tarım	$İD_{Z1}$,$İD_{Z2}$,$İD_{Z3}$
	Davranış/ Tutum	Misafirperver	$İA_{Z1}$,$İD_{Z1}$,$İD_{Z2}$, $İD_{Z3}$
		Cömert	$İD_{Z4}$,$İD_{Z2}$
		İyi	$İD_{Z4}$,$İD_{Z5}$
	Fiziksel Olanaklar	Bölge	$İB_{Z1}$,$İD_{Z6}$,$İD_{Z5}$
		Konum	$İD_{Z2}$,$İD_{Z3}$,$İD_{Z5}$,$İE_{Z1}$
		Ev	$İD_{Z2}$
		Çiftlik	$İD_{Z2}$,$İD_{Z3}$, $İD_{Z4}$,$İD_{Z5}$
		Yiyecek	$İE_{Z1}$,$İE_{Z2}$
	İş Yükü	Rahat/Dengeli	$İD_{Z2}$,$İD_{Z3}$, $İD_{Z4}$,$İD_{Z5}$

Ziyaretçiler İE çiftliğinde sunulan yiyecekleri beğenmişlerdir. Ziyaretçi $İE_{Z1}$ ve $İE_{Z2}$ bu çiftlikte sunulan yiyeceklerle ilgili şu ifadeleri kullanmıştır;

$İE_{Z1}$: *'..harika yiyeceklerinden dolayı burada olmaktan mutluluk duydum. Anne çok güzel yemek yapıyor.'*

$İE_{Z2}$: *'..yemek meraklılarına şiddetle tavsiye edilir.'*

Olumlu kategoride son alt kategori *iş yüküdür* ve bu alt kategori *rahat/dengeli* koduna sahiptir. İD çiftliğinde uygulanan iş yükü ile ilgili ziyaretçi $İD_{Z2}$, $İD_{Z3}$, $İD_{Z4}$ ve $İD_{Z5}$ olumlu yorumda bulunmuştur. $İD_{Z2}$ ve $İD_{Z3}$ bazı iş günleri yorucu iken diğer günlerin oldukça rahat geçtiğini, gün batımını izlemeye tepelere çıktıklarından bahsetmiştir. $İD_{Z4}$ ve $İD_{Z5}$ ise iş yükünün dengeli oluşunu şu cümlelerle ifade etmiştir;

$İD_{Z4}$*: '..çok ilginç 2 hafta geçirdim. Bazı günler çok çalışırken, diğer günler neredeyse hiç çalışmadık.'*

$İD_{Z5}$*: '..çok fazla enteresan işler yaptım, ama oldukça boş vaktim de oldu.'*

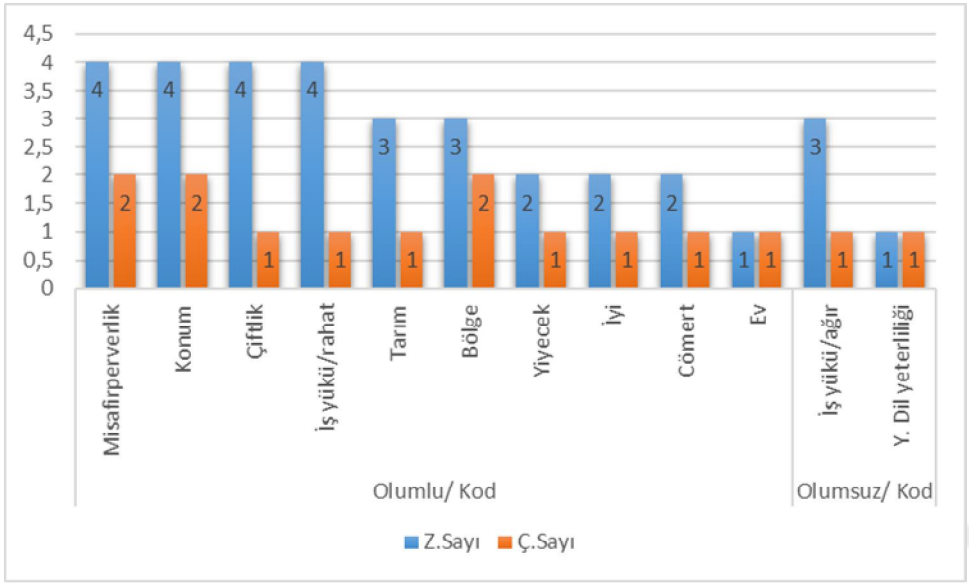
Genel olarak İç Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumlu yorumları en fazla İD çiftliği için yapılmıştır. İD çiftliğine oranla daha az sayıda olmasına karşın diğer olumlu yorumları alan çiftlikler sırasıyla İE, İB ve İA çiftlikleridir. Ziyaretçiler en fazla çiftlik sahiplerinin misafirperver davranışlarından memnun kalırlarken fiziksel olanaklardan da çiftliğin konumu, özellikleri ve çiftlikte sunulan yiyecekleri beğenmişlerdir.

İç Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumlarına ilişkin hazırlanan Şekil 6 incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Hem değerlendirme yapılan çiftlik sayısı hem de değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayıları olumlu kategoride daha fazladır.

İç Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *en fazla beğenilen* özellik çiftlik sahiplerinin *misafirperverlikleri* ve çiftliklerin bulunduğu *konum* olmuştur. 4 farklı ziyaretçi 2 farklı çiftlik için bu iki özelliği beğendiklerini ifade etmişlerdir. Bunların ardından en fazla beğenildiği ifade edilen özellik

*çiftliklerin durum*u ve *iş yükünün rahatlığı* olmuştur. 4 farklı ziyaretçi birer farklı çiftlik için bu özelliklerinden memnun kaldıklarını belirtmiştir. Ziyaretçiler tarafından beğenilen unsurlar sırasıyla; çiftliğin bulunduğu *bölge*, *tarım* ile ilgili bilgi kazanımı, çiftliklerde sunulan *yiyecekler*, ev sahiplerinin *iyi* ve *cömert* oluşları ve son olarak çiftlik *ev*leri şeklindedir (Şekil 5).

Şekil 5: İç Anadolu Bölgesi/ Ziyaretçilerin Çiftliklerden Memnuniyet Durumu



İç Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla *olumsuz* şekilde eleştirilen özellik iş yükünün ağır olmasıdır. 3 farklı ziyaretçi bir çiftlikte iş yükünün ağır olduğunu ifade etmiştir. Ziyaretçilerin memnuniyetsiz kaldığı diğer bir özellik iletişim becerilerinden çiftlik sahiplerinin yabancı dil bilgileri olmuştur. Bir ziyaretçi bir çiftlik sahibi için bu değerlendirmeyi yapmıştır.

3.1.3. Marmara Bölgesi

Bu bölümde Marmara Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumlarının içerik analizi yapılmış, analiz sonuçları Tablo 14 ve Tablo 15'te gösterilmiştir. Bazı çiftlik işletmelerine ziyaretçiler tarafından herhangi bir yorum yapılmamıştır. Dolayısı ile bu çiftlik işletmeleri tablolarda yer almamıştır. Bu bölgedeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumları öncelikle 'olumlu' ve 'olumsuz' şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Çiftliklere yönelik olumlu ve olumsuz yorumlar kendi içinde

de alt kategorilere ayrılmıştır. Bu alt kategoriler ve içerisindeki kodların neyi ifade Tablo 9'da gösterilmiştir.

Olumsuz kategorisinde 3 alt kategori yer almaktadır. Bu alt kategoriler; *iletişim becerileri, iş yükü* ve *davranış* şeklindedir. *İletişim* alt kategorisi içerisinde yabancı dil bilgisinin olmadığına dair çiftlik sahibi MI ziyaretçiler tarafından eleştirilmiştir.

MI_{Z2}: *'..Türkçe bilmeyenlerin İngilizce bilen gönüllülere ihtiyacı olacak çünkü ev sahipleri herhangi bir yabancı dil bilmiyor.'*

Ziyaretçi ME_{Z2}, ME çiftlik sahibinin *paylaşmaya isteksiz* bir tutum içerisinde olduğunu belirtmiştir.

ME_{Z2}: *'..ne yazık ki ev sahibi perma kültür ile ilgili gönüllülerle sohbet etmeye zaman ayırmamıştır.'*

Tablo 14: Marmara Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumsuz	İletişim Becerileri	Y.Dil Yeterliliği	MI_{Z2}
	Davranış	Paylaşmaya İsteksiz	ME_{Z2}
	İş yükü	Sınırlı	ME_{Z2}

Yine ziyaretçi ME_{Z2}, ME çiftliğinde *iş yükünün sınırlı* olduğunu, oraya gittiğinde sadece evi temizleyip ot topladığını ifade etmiştir.

Genel olarak Marmara Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumsuz yorumları çok az olmakla birlikte bu yorumlar en fazla ME çiftliği için yapılmıştır. ME çiftliğinden sonra sadece bir olumsuz yorum, MI çiftliği için yapılmıştır. Bu çiftliklerinde kalan ziyaretçiler çiftlik sahiplerinin yabancı dil bilgisinin yetersizliğinden şikâyetçi olmuşlardır. Aynı zamanda bazı çiftlik sahiplerinin paylaşmaya isteksiz davranmaları olumsuz karşılanmıştır. Son olarak da bazı çiftliklerde iş yükünün sınırlı oluşu ziyaretçiler tarafından eleştirilmiştir.

Marmara Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin *olumlu* deneyimleri üç alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; *bilgi edinimi*, *davranış/tutum*, *fiziksel olanaklar* şeklindedir (Tablo 15).

İlk alt kategori bilgi edinimi olmakla birlikte bu alt kategoride *tarım, hayvancılık ve yaşam tarzı* kodları bulunmaktadır.

Ziyaretçiler MB, MC, MD, ME, MF, MG, MI çiftliklerinde *tarım* ile ilgili bilgi edindiklerini belirtmişlerdir. MB çiftliğinde ziyaretçi MB_{Z1}, MB_{Z2}, MB_{Z3}, MB_{Z4} ve MB_{Z5} tarım ile ilgili çok şey öğrendiklerini ifade etmişlerdir.

MB_{Z3}: *'..bu çiftlik sayesinde sürdürülebilirlik ve perma kültür ile ilgili çok şey öğrendim.'*

MB_{Z5}*: '..bu çiftlikte ekolojik yaşam ve organik tarım hakkında bir çok uygulama bulabilirsiniz.'*

MC çiftliğinde is ziyaretçi MC_{Z1} ve MC_{Z2} tarım hakkında çok şey öğrenilebileceğini ifade ederken, ziyaretçi MC_{Z1} ev sahibinden özellikle organik tarıma dair çok şey öğrenilebileceğini belirtmiştir.

MD çiftliğinde ziyaretçi MD_{Z1} ve MD_{Z2} tarım ile ilgili çok şey deneyimlediklerini ifade etmişlerdir.

MD_{Z1}: *'..çiftlikte fındık toplamaktan tutun, odun toplamaya kadar mevsimine göre birçok farklı iş yapabilirsiniz.'*

MD_{Z2}: *'..sürdürülebilir yaşam ile ilgili çok şey öğrenebilirsiniz çünkü her gün yapılacak işler değişmekte ve ev sahipleri ne yapılacağını açıklamaya oldukça heveslidir.'*

ME çiftliğinde ziyaretçi ME_{Z1} bu çiftlik sahibinin perma kültür alanında bilgisi olduğunu ve derin sohbetler yaptıklarından bahsetmiştir. Ziyaretçi ME_{Z1} bu konuda bilgisini derinleştirmek isteyenlere bu çiftlikte bulunmalarını tavsiye etmiştir.

Ziyaretçi MF_{Z1} ve MF_{Z3}, MF çiftliğinde tarım ile ilgili bilgi edindiklerini şu şekilde ifade etmişlerdir;

MF_{Z3}: *'..Organik ev yapımı şarap ve pekmez üretimi, aşı çeşitleri ve mevsimi, zeytin yetiştiriciliği ve hasadı gibi bir çok şeyi ev sahibinden hoş sohbeti eşliğinde öğrenebilirsiniz.'*

Ziyaretçi MG_{Z2}, MG çiftliğinde çok fazla bilgi ve beceri kazanılabileceğini ve hiç kimsenin iş konusunda zorlamadığını, yardımlaşarak çok keyifli çalıştıklarını ifade etmiştir.

MI çiftliği ile ilgili ziyaretçi MI_{Z1}, MI_{Z2}, MI_{Z4} ve MI_{Z5} tarım ile ilgili deneyim sahibi olduklarını şu sözlerle ifade etmişlerdir;

MI_{Z1}: *'.. Kısa bir süre kalabildim (5 gün) ama birçok şeye tanık oldum. Bahçe bostan işleri, ekmek yapımı, pazar hazırlığı ve pazarcılık, hayvan bakımı (keçi, Tavuk). Mutlaka deneyimlemelisiniz.'*

Tablo 15: Marmara Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumlu	Bilgi Edinimi	Tarım	MB_{Z1},$MB_{Z2,}$$MB_{Z3}$,$MB_{Z4}$,$MB_{Z5}$,,$MC_{Z1}$,$MC_{Z2,}$$MD_{Z1}$,$MD_{Z2,}$$ME_{Z1}$,$MF_{Z1}$,$MF_{Z3}$,$MG_{Z2,}$ MI_{Z1},MI_{Z2},MI_{Z4},MI_{Z5}
		Hayvancılık	$MD_{Z1,}$$MI_{Z1}$,$MI_{Z2}$
		Yaşam Tarzı	MD_{Z2}
	Davranış/ Tutum	Kibar	MB_{Z1},MB_{Z4},MC_{Z2},MG_{Z2},MG_{Z3}
		Misafirperver	MA_{Z1},MB_{Z2},MB_{Z3},MD_{Z3},MF_{Z2},MF_{Z3},MF_{Z4},MG_{Z2},MI_{Z1},MI_{Z2},MI_{Z3}, MI_{Z4},MJ_{Z1},MK_{Z1}
		İyimser	MB_{Z3}
		Duyarlı	MF_{Z1}
		Arkadaşça	MB_{Z5},MC_{Z2},MD_{Z1},MD_{Z2},ME_{Z1},MF_{Z3},MF_{Z4}
		Çalışkan	ME_{Z1},MI_{Z5}
		Cömert	MI_{Z2}
	Fiziksel Olanaklar	Bölge	MD_{Z1}, MD_{Z2},ME_{Z2},MF_{Z3},MG_{Z1},MG_{Z4},MH_{Z1},MK_{Z1}
		Konum	MB_{Z5},MC_{Z2}, MD_{Z1},MD_{Z2},MF_{Z1},MF_{Z4},MG_{Z3},MI_{Z4}
		Ev	MD_{Z1},MI_{Z3},MI_{Z4}
		Çiftlik	MA_{Z1},MB_{Z2},MB_{Z4},ME_{Z2},MF_{Z3},MG_{Z3}
		Yiyecek	MA_{Z1},MB_{Z1},MB_{Z3},ME_{Z1}, MF_{Z1},MF_{Z2},MG_{Z1},MG_{Z2},MG_{Z4},MI_{Z3},MI_{Z4}

MI_{Z2}: *'..Gerçek kırsal yaşamı burada deneyimleyebilirsiniz. Sebze ve meyve bahçesinin nasıl bakılacağını öğrenebilirsiniz.'*

MI_{Z5}: *'..5 gün süre ile tarlada, bağda, bahçede ekolojik tarım ve ürünlerinin bakımı, sulanması ve toplanması vs. ile ilgili aileye yardımcı olduk, bilgi paylaştık.'*

Hayvancılık ile ilgili deneyim kazanma konusunda MD ve MI çiftliklerinde kalan ziyaretçiler olumlu yorumlarda bulunmuşlardır. Ziyaretçi MI_{Z1}, MI çiftliğinde kısa bir süre (5 gün) kalmasına karşın her şeye tanık olduğunu belirtmiş, deneyimlediklerinin arasında hayvan bakımından (keçi, tavuk) da bahsetmiştir. Ziyaretçi MIZ2 ise bu çiftlikte çoban gibi çalışarak gerçek kırsal yaşamı deneyimlediklerini belirtmiştir. Ziyaretçi MD_{Z1} ise MD çiftliğinde gün boyunca tavuk, köpek, kedi ve komşunun ineği gibi sevimli hayvanlarla ilgilendiklerini ifade etmiştir. Ziyaretçi MD_{Z2} ise MD çiftliğinde ev sahiplerinin *yaşam tarzları* ile ilgili bilgi paylaşımı konusunda hevesli olduklarını, ziyaretçilerin özellikle sürdürülebilir yaşam ile ilgili çok şey öğrenebileceklerini ifade etmiştir.

İkinci alt kategori davranış/tutum olmakla birlikte bu alt kategoride *kibar, misafirperver, iyimser, duyarlı, arkadaşça, çalışkan ve cömert* kodları bulunmaktadır.

Ziyaretçiler MB, MC ve MG çiftlik işletmecilerinin *kibar* olduklarını belirtmişlerdir. Ziyaretçi MB_{Z1} ve MB_{Z4}, MB çiftlik sahibinin kibar olduğunu ifade etmiştir. Ziyaretçi MC_{Z2}, gittiği MC çiftliğinde güzel paylaşımlarının olduğunu ve kibrinden kurtulmuş kibar bir insan tanımanın mutluluğunu yaşadığını belirtmiştir. MG çiftliğini ziyaret eden ziyaretçilerden MG_{Z2} ve MG_{Z3} çiftlik sahiplerinin çok kibar, iyi insanlar olduğunu ifade etmiştir.

Ziyaretçiler MA, MB, MD, MF, MG, MI, MJ ve MK çiftliklerinin işletmecilerinin misafirperverliğini beğenmişlerdir. Ziyaretçi MA_{Z1}, MA çiftlik sahibinin kendilerini çok iyi karşıladığını, bahçesinde yetiştirdiği çileklerden ikram ettiğinden

bahsetmiştir. MB çiftlik sahibinin misafirperverliği ile ilgili 2 ziyaretçi (MB_{Z2}, MB_{Z3}) olumlu yorumda bulunmuştur.

MB_{Z2}: *'..burada sadece gerçek bir organik çiftlik yok, size kendilerinden biriymişsiniz gibi hissettiren kocaman bir aile var.'*

MB_{Z3}: *'..ziyaretçilerinin rahat etmesi için gösterdikleri çaba inanılmaz.'*

Ziyaretçi MD_{Z3}, MD çiftlik sahibinin çok misafirperver olduğunu, evinin dolu olmasına rağmen kendilerini misafir ettiğini belirtmiştir. MF çiftliğini ziyaret eden MF_{Z2}, MF_{Z3} ve MF_{Z4}, çiftlik sahibinin misafirperver davranışlarından hoşnut olduğunu ifade etmişlerdir.

MF_{Z2}: *'.. ev sahipleri sayesinde kendimi evimde gibi hissettim.'*

MG_{Z2} ise MG çiftliğinde iyi ağırlandığını şu sözlerle ifade etmiştir;

MG_{Z2}: *'..sayısız bilgi ve beceri edinebileceğiniz, herkesin severek ve yardımlaşarak çalıştığı, ancak kimsenin kimseyi zorlamadığı, leziz yemeklerin ve keyifli sohbetlerin hiç eksik olmadığı, özgürce ve huzur içinde, hayatta olmayı tam anlamıyla tecrübe edebileceğiniz nadir bir yer..'*

MI çiftliğini ziyaret eden ziyaretçiler MI_{Z1}, MI_{Z2}, MI_{Z3} ve MI_{Z4} çiftlik sahiplerinin kendilerini çok iyi ağırladıklarını belirtmişlerdir.

MI_{Z1}: *'..abla ve .. abimin aile ortamını, diğer gönüllülerin samimiyetini saymıyorum bile. Mutlaka deneyimlemelisiniz.'*

MI_{Z2}: *'..ziyaret ettiğim Tatuta çiftlikleri içerisinde kendimi gerçekten evde gibi hissettiğim çiftlik burasıydı. İlk günden itibaren ailenin bir üyesi gibi hissediyorsunuz ve Anadolu'nun gerçek misafirperverliğini deneyimliyorsunuz.'*

MI_{Z3} çiftlik sahiplerinin çok iyi insanlar olduğunu ve onların yanında çok rahat zaman geçirdiğini ifade ederken, MI_{Z4} çiftliğin çok iyi bir yer olduğunu ve evin çok rahat olduğunu belirtmiştir.

Ziyaretçi MJ_{Z1}, MJ çiftlik sahibi ve oğlunun kendisini ve ailesini çok iyi ağırladığını belirtmiştir. MK_{Z1} ise MK çiftlik sahiplerinin konuksever olduğunu ve çok şen bir aile olduğunu ifade etmiştir.

Ziyaretçi MB_{Z3}, MB çiftlik işletmecisinin *olumlu* bir tutum içerisinde olduğunu, çalışanların ve ev sahibinin sürekli gülen mutlu insanlar olduğunu belirtmiştir.
MF çiftliğinin ziyaret eden MF_{Z1} bu çiftlik sahiplerinin çok duyarlı olduklarını ifade etmiştir.

MF_{Z1}: *'..Türkçemiz çok iyi değil, buna rağmen sorun olmadı çünkü onlar konuşkan insanlardır, bize yardım ettiler ve bizi anlamak için çok sabırlı oldular.'*

MB, MC, MD, ME ve MF çiftlik sahiplerinin ziyaretçilere arkadaşça davrandıklarına dair bazı ziyaretçiler ifadelerde bulunmuştur. Ziyaretçi MB_{Z5}, MB çiftliğinin sahibi olan ailenin büyük ve arkadaş canlısı bir aile olduğunu belirtmiştir. Ziyaretçi MC_{Z2}, MC çiftlik sahibinin; ziyaretçi MD_{Z1} ve MD_{Z2} ise MD çiftlik sahibinin; ziyaretçi ME_{Z1} de ME çiftlik sahibinin çok arkadaş canlısı bir ev sahibi olduğunu ifade etmiştir.

ME ve Mİ, çiftlik sahiplerinin çalışkan oluşları ile ilgili ziyaretçi ME_{Z1} ve MI_{Z5} ifadelerde bulunmuştur. Ziyaretçi ME_{Z1}, ME çiftlik sahibinin çalışkan olduğunu; ziyaretçi MI_{Z5} ise MI çiftliğinde 5 gün kaldığını ve o sürede ev sahibi ile birlikte tarlada, bağda, bahçede ekolojik tarım ve ürünlerinin bakımı, sulanması ve toplanması vs. ile ilgili işler yaptıklarını memnuniyet içerisinde ifade etmişlerdir.
Ziyaretçi MI_{Z2}, MI çiftlik sahibinin bildiği tüm bilgileri hiç tereddütsüz gelen misafirlerle paylaştığını, bu konuda çok cömert olduğunu belirtmiştir.

Marmara Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin *olumlu* deneyimlerinde üçüncü alt kategori *fiziksel olanaklar*dır ve bu alt kategoride *bölge*, *konum*, *ev*, *çiftlik* ve *yiyecek* olmak üzere beş kod bulunmaktadır.

Bazı ziyaretçiler MD, ME, MF, MG, MH ve MK çiftliklerinin bulunduğu *bölge*yi beğendiklerini belirtmişlerdir. Ziyaretçi MD_{Z1}, MD çiftliğinin bulunduğu bölgenin şehrin gürültüsü ve trafiğinden kaçmak ve dinlenmek, temiz hava almak, doğal kaynak suyu içmek isteyenler için harika bir seçim olduğunu; ziyaretçi MD_{Z2} ise bu çiftliğin etrafındaki dağların muazzam olduğunu ifade etmiştir.

Ziyaretçi ME_{Z2}, MG_{Z1}, MG_{Z4}, MF_{Z3} ve MH_{Z1} bu çiftliklerin bulunduğu *bölge*nin sakin ve çok güzel olduğunu söylemiştir. MK_{Z1} ise MK çiftliğinin bulunduğu bölgede görülecek birçok yer olduğunu belirtmiştir.

Bazı ziyaretçiler MB, MC, MD, MF, MG ve MI çiftliklerinin *konumu*nu beğenmişlerdir. Ziyaretçi MB_{Z5}, MB çiftliğinin konumunun eğer İstanbul'a yakın bir yer aranıyorsa çok iyi olduğunu ifade etmiştir. Ziyaretçi MC_{Z2} ise, MC çiftliğinin uçsuz bucaksız meyve bahçesinde olduğunu ve güneşin batışının izlenebileceği güzel bir konumda olduğunu belirtmiştir. Ziyaretçi MD_{Z1} ve MD_{Z2}, MD çiftliğinin konumunu beğendiklerini şu sözlerle ifade etmişlerdir;

MD_{Z1}: *'..çiftlik mağaraları ve yüzyıllık ağaçları ziyaret edebileceğiniz ve dere kenarında yürüyebileceğiniz küçük bir köyde bulunmaktadır. ..yemyeşil ağaçların olduğu dağ manzarasının keyfini sürebilirsiniz..'*

MD_{Z2}: *'..çiftliğin etrafı dağlarla çevrili. Muazzam bir konumda bulunmaktadır.'*

Ziyaretçi MF_{Z1} ve MF_{Z4}, F çiftliğinin *konum*unu beğendiklerini ifade etmişlerdir. MF_{Z1} çiftliğin adanın en iyi manzarasına sahip olduğunu, MF_{Z4} ise çiftlik tarım alanının eşsiz olduğunu hatta adanın en güzel noktasında olabileceğini belirtmiştir.

Ziyaretçi MG_{Z3}, MG çiftliğinin ormanların ve tarlaların arasında güzel bir konuma sahip olduğunu ifade etmiştir. MI çiftliğinin konumunu ziyaretçi MI_{Z4} beğendiğini ifade etmiştir.

Bazı ziyaretçiler MD ve MI çiftlik *ev*ini beğendiklerini belirtmişlerdir. Ziyaretçi MD_{Z1}, MD çiftlik evinin ahşaptan yapılmış çok güzel bir ev olduğunu söylerken; ziyaretçi MI_{Z3} ve MI_{Z4}, MI çiftlik evinin çok rahat olduğunu ve her şeye sahip olduğunu ifade etmiştir.

Bazı ziyaretçiler ziyaret ettikleri *çiftlik*leri beğenmişlerdir. MA, MB, ME, MF ve MG çiftlikleri ziyaretçiler tarafından beğenilen çiftlikler arasındadır. Ziyaretçi MA_{Z1}, MA çiftlik sahibinin 3 yıl gibi kısa bir sürede çok güzel ve planlı bir çiftlik ortaya çıkarttığını ifade etmiştir. Ziyaretçi MB_{Z2} ve MB_{Z4}, MB çiftliğinin gerçek anlamıyla

tam bir organik çiftlik oluğunu belirtmişlerdir. Ziyaretçi ME_{Z2}, ME çiftliğinin ve ziyaretçi MF_{Z3}, MF çiftliğinin çok güzel olduğunu ifade etmiştir. MG_{Z3}, MG çiftliğinde binaların yapımından deterjana kadar her şeyin organik olduğunu belirtmiştir.

MA, MB, ME, MF, MG ve MI çiftliklerinde sunulan *yiyecekler*i bazı ziyaretçiler beğendiklerini ifade etmiştir. MA_{Z1}, MA çiftliğinde ev sahibinin kendilerine çilek ikram ettiğini ve bu çileklerin çok lezzetli olduğunu ve unutamadığını ifade etmiştir. MB_{Z1}, MB çiftliğindeki yiyeceklerin harika olduğunu, MB_{Z3} ise yemeklerin vejetaryen ağırlıklı ve harika olduğunu belirtmiştir. ME_{Z1}, ME çiftliğinde güzel lezzetler olduğunu ifade etmiştir. MF_{Z1}, MF çiftliğinde sabahları taze keçi sütü, yoğurt, peynir, zeytin, lezzetli salata, reçeller ve meyveler yemekten hoşlandıklarını; MF_{Z2} ise MF çiftlik sahibi ablanın yemeklerini sevdiklerini belirtmiştir. MG çiftliğinde kalan MG_{Z1}, MG_{Z2} ve MG_{Z4}, bu çiftliğin yemeklerine bayıldıklarını ifade etmiştir. MG_{Z1} yiyeceklerin vejetaryen ağırlıklı ve harika olduğunu, MG_{Z4} ise çiftlik sahibinin yaptığı tahine bayıldığını söylemiştir. MI_{Z3} ve MI_{Z4}, MI çiftliğindeki yiyecekleri beğenmiştir. MI_{Z3}, özellikle ev sahibinin kullandığı salçayı beğendiğini ifade etmiştir.

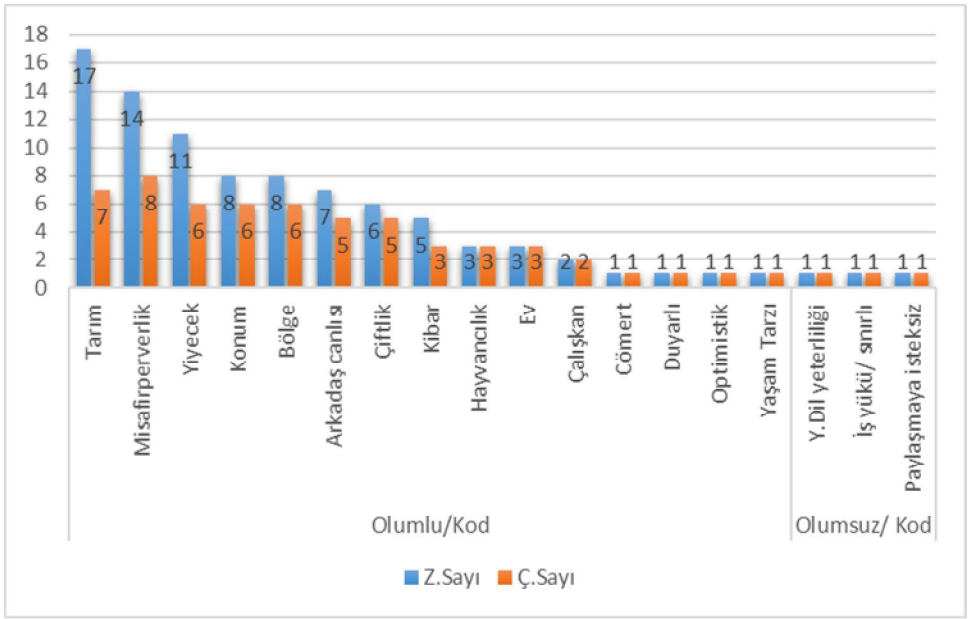
Marmara Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumlu yorumları en fazla MI çiftliği için yapılmıştır. MI çiftliğini sırasıyla MB, MF, MD, MG, ME, MC ve MA çiftlikleri takip etmiştir. Diğer çiftliklere oranla MI, MB, MF, MD ve MG çiftlikleri ziyaretçilerden daha fazla alanda olumlu eleştiri almıştır. Ziyaretçiler en fazla tarım alanında bilgi kazanımı sağladıkları yönünde olumlu yorum yaparken, çiftlik sahiplerinin gelen ziyaretçilere misafirperver oluşları en çok beğenilen ikinci özellik olmuştur. Beğenilen özelliklerde misafirperverliği sırasıyla; çiftlikte sunulan yiyecekler, çiftliğin konumu ve bulunduğu bölge, ev sahiplerinin arkadaş canlısı oluşları ve çiftlik evi takip etmiştir (Şekil 6).

Marmara Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumlarına ilişkin hazırlanan Şekil 6 incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Hem değerlendirme

yapılan çiftlik sayısı hem de değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayıları olumlu kategoride daha fazladır.

Marmara Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *en fazla beğenilen* unsur ziyaretçilerin bulundukları çiftliklerde tarım ile ilgili bilgi kazanımı olmuştur. 17 farklı ziyaretçi 7 farklı çiftlik için bu beğeniyi sunmuştur. Marmara Bölgesinde en fazla beğenilen diğer özellik çiftlik sahiplerinin misafirperverlikleri olmuştur. 14 farklı ziyaretçi 8 farklı çiftlik için bu özellikten memnun olduğunu ifade etmiştir. Misafirperverliğin ardından ziyaretçilerin bulundukları çiftliklerde en çok beğendiği diğer unsur, çiftliklerde ziyaretçilere sunulan yiyecekler olmuştur. 11 farklı ziyaretçi, 6 çiftlik için bu olumlu değerlendirmeyi yapmıştır. Bunların ardından beğenildiği ifade edilen özellikler sırasıyla; çiftliklerin bulunduğu *konum* ve *bölge*, çiftlik sahiplerinin *arkadaş canlısı* oluşu, *çiftlikler*in fiziksel durumu olmuştur. Bunların yanı sıra beğenilen unsurlar; çiftlik sahiplerinin *kibar* oluşları, ziyaretçilerin *hayvancılık* ile ilgili bilgi edinebilme olanakları, çiftlik *ev*leri, ev sahiplerinin *çalışkan*, *cömert*, *duyarlı* ve *iyimser* oluşu ve son olarak çiftliklerdeki *yaşam tarzı* olmuştur (Şekil 6).

Şekil 6: Marmara Bölgesi/ Ziyaretçilerin Çiftliklerden Memnuniyet Durumu



Marmara Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *olumsuz* şekilde eleştirilen özellikler, çiftlik sahiplerinin *yabancı dil yeterliliği*, çiftliklerde *iş yükünün sınırlı* oluşu ve çiftlik sahiplerinin *paylaşmaya isteksizlikleri* olmuştur. Birer ziyaretçi birer çiftlik için bu değerlendirmeleri yapmıştır (Şekil 6).

3.1.4. Ege Bölgesi

Bu bölümde Ege Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumlarının içerik analizi yapılmış, analiz sonuçları Tablo 16 ve Tablo 17'de gösterilmiştir. Bazı çiftlik işletmelerine ziyaretçiler tarafından herhangi bir yorum yapılmamıştır. Dolayısı ile bu çiftlik işletmeleri tablolarda yer almamıştır. Bu bölgedeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumları öncelikle 'olumlu' ve 'olumsuz' şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Çiftliklere yönelik olumlu ve olumsuz yorumlar kendi içinde de alt kategorilere ayrılmıştır. Bu alt kategoriler ve içerisindeki kodların neyi ifade ettiği Tablo 9'da gösterilmiştir.

Olumsuz kategorisinde 5 alt kategori yer almaktadır. Bu alt kategoriler; *iletişim becerileri, fiziksel olanaklar, iş yükü, davranış/tutum ve bilgi edinimi* şeklindedir.

İlk alt kategori olan *iletişim becerileri* üç kod içermektedir. Bunlar *yabancı dil yeterliliği*, *maillere cevap verme ve internet* şeklindedir. EA, EF, EJ, EM ve EN çiftlik sahiplerinin yabancı dil yeterliliği ile ilgili ziyaretçiler olumsuz yorumlarda bulunmuşlardır.

Ziyaretçi EA_{Z2}, EA çiftliğindeki deneyiminde grup diyaloglarında çok az bir kısmın İngilizceye çevrildiğini, bundan dolayı daha iyi deneyim için daha fazla Türkçe bilmenin gerekli olduğunu ifade etmiştir. Ziyaretçi EF_{Z1}, EF çiftliğinde ev sahiplerinin İngilizce bilmediğini ama kızlarının bildiğini ve eğer Türkçe bilmiyorsanız orta ve yukarı yaştaki insanlarla iletişim kurabilmek için ev sahibinin kızının yanınızda olması gerektiğini ifade etmiştir. Ziyaretçi EJ_{Z1}, EJ çiftlik sahibi çiftin sadece Türkçe bildiğini, sadece İngilizce biliyorsanız onlarla iletişim kurmanın oldukça zor olacağını belirtmiştir. Ziyaretçi EM_{Z3}, Türkçe bilmesinin çok iyi bir şey

olduğunu çünkü çok fazla insanın İngilizce bilmediğini ifade etmiştir. Ziyaretçi EN_{Z4}, EN çiftliğinde İngilizce ve Almanca bilen biri olarak sohbet edebileceği kimsenin olmadığını ve bundan dolayı bu çiftliğin Türkçe konuşan ziyaretçiler için daha uygun bir yer olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 16: Ege Bölgesi Çiftlikleri Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumsuz	İletişim Becerileri	Y. Dil Yeterliliği	EA_{Z2},EF_{Z1},EJ_{Z1},EM_{Z3},EN_{Z4}
		Maillere Cevap Verme	EN_{Z2}
		İnternet	EJ_{Z1}
	Fiziksel Olanaklar	Çiftlik	EM_{Z1},EM_{Z2},EM_{Z3}
		Yiyecek	EG_{Z2}
		Yol	EA_{Z2},EA_{Z3}
	İş Yükü	Uzun	EG_{Z2},EJ_{Z1}
		Sınırlı	EM_{Z1},EM_{Z2},EN_{Z4}, EN_{Z5}
	Davranış/ Tutum	Dostça Olmayan	EG_{Z2}
		Kaba	EN_{Z4}
		Rahatsız Edici	EN_{Z4}
	Bilgi Edinimi	Tarım	EN_{Z4},EN_{Z5}

EN_{Z2}, EN çiftliğine bir ay önce başvuru yaptığını fakat ne gitmek için başvurduğu tarihe kadar, ne de sonrasında hiçbir cevap gelmediğinden bahsetmiştir. Bu ziyaretçi çiftlik sahiplerini boşuna meşgul etmemek için aynı anda iki veya daha fazla çiftliğe başvuru yapmadığını ve bu yüzden hiçbir çiftliğe gidemediğini belirtmiştir.

Ziyaretçi EJ_{Z1}, ise EJ çiftliğinde internetin olmamasının iyi bir şey olmadığını ifade etmiştir.

İkinci alt kategori olan *fiziksel olanaklar*; *çiftlik*, *yiyecek ve yol* kodlarına sahiptir. M *çiftliği* ile ilgili ziyaretçi EM_{Z1}, EM_{Z2} ve EM_{Z3} olumsuz yorumlarda bulunmuştur.

EM_{Z1}: *'..eğer tarım turizmi yapılacaksa uygun bir yer değil, çünkü burası bir çiftlik değil, bir bahçe. İnsanlar çoğu zaman başka işlerle meşgul.'*

EM_{Z2}: *'..burası bir butik otel de olmasının etkisi ile çiftlik hayatıyla ilgili çok fazla şey deneyimleyebileceğiniz bir yer değil.'*

EM_{Z3}: *'..umulan çiftlik turizmi işletmeleri gibi değil. Çünkü burası kesinlikle bir çiftlik değil, bir otel.'*

Sunulan *yiyecekler*le ilgili ziyaretçi EG_{Z2}, EG çiftliğinde çalışanlara ne bir ikram, ne bir çay ne de öğlen yemeği verildiğini belirtmiştir.

EA çiftliğinin *yol*u ile ilgili ziyaretçi EA_{Z2} ve EA_{Z3} olumsuz değerlendirmede bulunmuştur. Ziyaretçi EA_{Z2}, EA çiftliğine ulaşabilmek için son kasabadan sonra 7 km'lik bir tırmanışa hazır olunması gerektiğini ifade etmiştir. Ziyaretçi EA_{Z3}, EA çiftliğinin ulaşımının kolay olmadığını ama bu çabaya değer olduğunu belirtmiştir.

Üçüncü alt kategori *iş yükü*; *uzun* ve *sınırlı* olmak üzere iki kod içermektedir. EG ve EJ çiftliklerinde iş yükünün uzunluğu ile ilgili bazı ziyaretçiler yorumlarda bulunmuştur.

EG_{Z2}: *'..sabah 7- akşam 4 yevmiyeli gibi çalıştığım için iş dışı saatte sadece uyumak istiyordum.'*

EJ_{Z1}: *'..çiftlik oldukça zorlayıcıydı. Bir günde 7 saat ile 8 saat arasında çalıştık. Fakat bir Tatuta çiftliğinde olması gereken 6 saattir.'*

İş yükününün sınırlı oluşu ile ilgili, EM ve EN çiftlikleri ile ilgili eleştirilmiştir. Ziyaretçi EM_{Z1}, EM çiftliğinde çalışırken sıkıldığını, çok fazla yapacak şeyin olmadığını, zamanının çoğunun restoranda geçirdiğini fakat çiftlikte çalışacağını umduğunu belirtmiştir. EM_{Z2} ise EM çiftliğinde çiftlik hayatı ile ilgili çok fazla şey deneyimlenemeyeceğini ifade etmiştir. Ziyaretçi EN_{Z4} ve EN_{Z5}, EN çiftliğinde organik tarım ile ilgili çok fazla şey öğrenilemeyeceğini belirtmiştir.

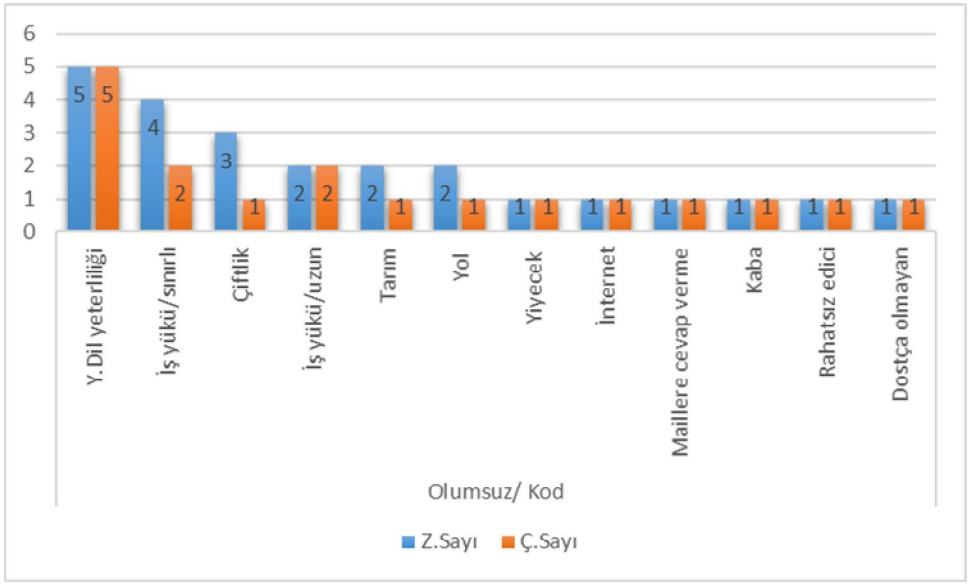
Dördüncü alt kategori *davranış/tutum* olmakla birlikte *dostça olmayan*, *kaba ve rahatsız edici* kodlarını içermektedir. Ziyaretçi EG_{Z2}, EG çiftlik sahibinin *dostça olmayan davranışlarını* eleştirmiştir. Bu ziyaretçi çiftlik sahibini bir kere görebildiğini, onda da çiftlik sahibinin kendisinin yüzüne bile bakmadığını, en azından ziyaretçinin halini hatırını sorması gerektiğini ifade etmiştir. Ziyaretçi EN_{Z4}

ise EN çiftlik sahibinin *kaba* davranışlarından bahsetmiştir. EN_{Z4} ilk iş gününde çiftlik sahibinin yerel bir balıkçı ile kavga ettiğini ve bu durumdan rahatsız olduğunu ifade etmiştir. Ziyaretçi EN_{Z4}, EN çiftliğinin rahatsız edici atmosferi olduğunu ve çalışma ortamının düşmanca olduğunu ifade etmiştir.

Son alt kategori ise *bilgi edinimi*dir. Bu kategoride *tarım* kodu bulunmaktadır. EN çiftliğinde ziyaretçi EN_{Z4} ve EN_{Z5} tarım ile ilgili bilgi kazanımı sağlayamadığını ifade etmiştir.

Genel olarak Ege Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumsuz yorumları en fazla EN çiftlik işletmesi ile EM çiftliği için yapılmıştır. Bu çiftliklerin ardından EA, EG, EJ çiftlikleri 3'er olumsuz yorum almışlardır. Bu çiftliklerde kalan ziyaretçiler en fazla çiftlik sahiplerinin yabancı dil bilgisinin yetersizliğinden şikâyetçi olmuşlardır. Aynı zamanda bazı çiftliklerdeki iş yükünün sınırlı oluşu ziyaretçiler tarafından eleştirilmiştir. Bunların ardından ziyaretçilerin en fazla eleştirdikleri özellikler sırasıyla çiftliklerin fiziksel olanakları, ulaşımı, iş yükünün uzun oluşu ve bazı çiftliklerdeki rahatsız edici atmosfer şeklinde olmuştur.

Şekil 7: Ege Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Değerlendirmeleri



Ege Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla eleştirilen özellik çiftlik işletmecilerinin yabancı dil yeterliliği olurken 5 farklı ziyaretçi 5 farklı çiftlik için bu eleştiriyi yapmıştır (Şekil 7). Çiftlik işletmecilerinin

yabancı dil yeterliliğinin ardından en fazla ziyaretçiler tarafından eleştirilen özellik çiftliklerdeki iş yükünün sınırlılığı olmuştur.4 farklı ziyaretçi bu durumdan şikâyetçi olmuştur. 3 farklı ziyaretçi bir çiftlik işletmesini genel olarak beğenmediğini ifade etmiştir. İş yükünün uzunluğu, tarım ile ilgili pek fazla bilgi kazanımının gerçekleşmemesi ve çiftlik yolunun durumunun iyi olmamasına dair olumsuz eleştiriler yapılmıştır. Bunların dışında ziyaretçiler tarafından olumsuz olarak değerlendirilen özellikler sırasıyla; çiftliklerde ziyaretçilere sunulan yiyecekler, çiftliklerdeki internet olanağı, çiftlik sahiplerinin maillere cevap verme durumu, çiftlik sahiplerinin kaba, dostça olmayan davranışları şeklinde olmuştur.

Ege Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin *olumlu* deneyimleri beş alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; *bilgi edinimi*, *davranış/tutum*, *fiziksel olanaklar, iş yükü ve iletişim becerileri* şeklindedir (Tablo 17).
İlk alt kategori *bilgi edinimi* olmakla birlikte bu alt kategoride *tarım ve hayvancılık* kodları bulunmaktadır.

Ziyaretçiler EA, EB, EG, EH, EJ, EM, EN, EO, EP ve EV çiftliklerinde *tarım* ile ilgili bilgi edindiklerini belirtmişlerdir. EA çiftliğinde ziyaretçi EA_{Z1} tarım ile ilgili çok şey öğrendiğini ifade etmişlerdir. EB çiftliğinde ise ziyaretçi EB_{Z1}, bu çiftliğe gelenlerin sadece zeytin toplamakla kalmayıp ev sahibinin üretkenliğinden nasiplenebileceğini, çeşit çeşit reçel yapıp, üzümleri farklı şekillerde değerlendirmeyi öğrenebileceklerini belirtmiştir.

EG çiftliğinde ziyaretçilerden, $EG_{Z1,}$ EG_{Z3}, $EG_{H1,}$ EJ_{Z5}, $EM_{Z2,}$ $EN_{Z1,}$ $EN_{Z3,}$ EO_{Z1}, $EP_{Z2,}$ EP_{Z3} organik ve ekolojik tarım kapsamında birçok kapsamlı çalışmanın bir arada görülebileceğini ve bilgisini paylaşan bir çiftlik sahibinin olduğunu belirtmiştir. $EP_{Z4,}$ $EP_{Z6,}$ $EP_{Z7,}$ EP çiftliğinin permakültür ve orman felsefesi temel alınarak tarım yapılan bir çiftlik olduğunu ve gelen ziyaretçilerinde bunu deneyimleyebildiğini belirtmiştir.
Bilgi edinimi alt kategorisinde ikinci kod hayvancılık olup, EH çiftliğinde ziyaretçi EH_{Z1}, çiftlik sahiplerinin tamamen organik tarım ve hayvancılık yaptığını ve kendilerine keyifle yardımcı olduğunu ifade etmiştir.

İkinci alt kategori *davranış/tutum* olmakla birlikte bu alt kategoride *kibar*, *misafirperver*, *iyimser*, *çalışkan* ve *cömert* kodları bulunmaktadır.
EA çiftliğini ziyaret eden EA_{Z1} ve EE çiftliğini ziyaret eden EE_{Z1} bu çiftlik sahibi olan ailelerin oldukça *kibar* olduğunu belirtmiştir.

EA_{Z1}, EA çiftlik sahibinin oldukça *misafirperver* olduğunu ifade etmiştir. ED_{Z1} ise ED çiftliğinde Türk misafirperverliğinin en iyi örneğinle karşılaştığını belirtmiştir.EE_{Z1}, EE çiftliğinde herkesin çok misafirperver olduğunu; EF_{Z1} ve EF_{Z2} ise EF çiftliğinde gelen ziyaretçilerin kendilerini ailenin bir parçası gibi hissettiğini ve çiftliktekilerin oldukça misafirperver olduğunu belirtmiştir.

Tablo 17: Ege Bölgesi Çiftlikleri Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumlu	Bilgi Edinimi	Tarım	EA_{Z1},EB_{Z1},EG_{Z1},EG_{Z3},EH_{Z1},EJ_{Z5},EM_{Z2},EN_{Z1},EN_{Z3},EO_{Z1}, EP_{Z2},EP_{Z3},EP_{Z4},EP_{Z6},EP_{Z7}
		Hayvancılık	EH_{Z1}
	Davranış/ Tutum	Kibar	EA_{Z1},EE_{Z1}
		Misafirperver	EA_{Z1},ED_{Z1},EE_{Z1},EF_{Z1},EF_{Z2},EG_{Z1},EG_{Z3},EI_{Z1},EM_{Z1},EM_{Z2}, EM_{Z3},EN_{Z6},EN_{Z7},EO_{Z1},EP_{Z1}
		İyimser	EP_{Z1},EP_{Z3}
		Çalışkan	EJ_{Z4}
		Cömert	EG_{Z1},EP_{Z2}
	Fiziksel Olanaklar	Bölge	EC_{Z1},EF_{Z2},EP_{Z6}
		Konum	EA_{Z1},EI_{Z1},EJ_{Z1},EL_{Z1},EM_{Z2},EN_{Z1},EN_{Z3}
		Oda	EM_{Z2}
		Ev	EI_{Z1},EM_{Z3},EN_{Z1},EN_{Z6}
		Çiftlik	EA_{Z2},EA_{Z3},ED_{Z1},ED_{Z2},EE_{Z1},EG_{Z2},EJ_{Z3},EM_{Z1},EN_{Z3},EN_{Z5}, EP_{Z1},EP_{Z2},EP_{Z4},EP_{Z5}
		Yiyecek	ED_{Z1},EE_{Z1},EI_{Z1},EJ_{Z2},EK_{Z1},EL_{Z1},EM_{Z2},EN_{Z6},EN_{Z8},EO_{Z1},EP_{Z1},EP_{Z2},EP_{Z3},EP_{Z4}
	İş Yükü	Rahat	EA_{Z1},ED_{Z1},EO_{Z1}
		Tam olması gerektiği gibi	EM_{Z3},EN_{Z4}, $EP_{Z2,}$ EP_{Z5}
	İletişim Becerileri	Y.Dil Yeterliliği	EA_{Z1},EF_{Z1}

EG çiftlik sahibinin misafirperver olduğunu ziyaretçilerden EG_{Z1},EG_{Z3} ifade ederken, EI çiftliğinde kalan EI_{Z1}, kaldığı süre içerisinde hiç yabancılık hissetmediğini tam tersi tüm çiftliğin ona aitmiş gibi hissettirildiğini belirtmiştir. EM, EN, EO ve EP çiftlik sahiplerinin misafirperver oldukları ile ilgili bazı ziyaretçiler (EM_{Z1}, EM_{Z2}, EM_{Z3}, EN_{Z6}, EN_{Z7}, EO_{Z1}, EP_{Z1},EP_{Z4} EP_{Z7}) ifadelerde bulunmuştur.

EN_{Z6} : '.. *çiftliğinde kendilerinizi yabancı gibi değil, oranın bir parçası gibi hissediyorsunuz gerçekten. Bir sene önce gittiğim tatili hala unutamıyorum. Tabi ...Bey'in de samimiyeti ve konukseverliğinin büyük etkisi var.'*

EP çiftlik sahibinin iyimser bir tutum içerisinde olduğuna dair EP_{Z1},EP_{Z3} ifadelerde bulunmuştur. EP_{Z3}, Çiftlik sahiplerinin çok güzel fikirleri ve umutları olduğunu ve bol esprilerin olduğunu belirtmiştir.

$EJ_{Z4,}$ EJ çiftlik sahibinin çok *çalışkan* olduğunu ifade etmiştir. EG çiftliği ile EP çiftlik sahiplerinin *cömert*liği ile ilgili ziyaretçi EG_{Z1},EP_{Z2} şunları ifade etmiştir:

EG_{Z1}: *'..bir sorup beş cevap veren, bilgisini paylaşan çalışanları mevcut.'*

EP_{Z2}: *'..ev sahibi her şeyi (harika yiyecekleri, harika fikirleri, hayatını) paylaşan biri.'*

Üçüncü alt kategori *fiziksel olanaklar* olmakla birlikte bu alt kategoride *bölge, konum, oda, ev, çiftlik* ve *yiyecek* kodları bulunmaktadır.

EC, EF ve EP çiftliklerinin bulunduğu *bölge* ziyaretçiler EC_{Z1},EF_{Z2},EP_{Z6}, tarafından beğenilmiştir. Ziyaretçiler bu çiftliklerin bulunduğu bölgenin huzur verici ve çok güzel olduğunu belirtmiştir.

Kaldıkları çiftliklerin *konum*u ile ilgili ziyaretçi; EA_{Z1}, EI_{Z1}, EJ_{Z1}, EL_{Z1}, EM_{Z2}, EN_{Z1}, EN_{Z3} olumlu yorumlarda bulunmuştur. EN_{Z3}, EN çiftliğinin şehirden uzak bir kasabada oluşunu beğenmiştir. EA_{Z1} ise EA çiftliğinin konumunu beğendiğini şu şekilde ifade etmiştir;

EA_{Z1}: '*Çiftliğin fotoğrafları çiftliğin şu andaki konumunu göstermiyor. Aslına bakılırsa çiftliğin konumu çok daha güzel ve dağın yüksek kısmında çok güzel manzaralı ayrı bir konumda bulunmaktadır.'*

EI_{Z1},EM_{Z3},EN_{Z1},EN_{Z6} kaldıkları çiftlik evlerini beğendiklerini belirtmişlerdir. EI_{Z1} çiftlik evinin rahattan öte, lüks bir ev olduğunu ifade etmiştir. EN_{Z1}ve $EN_{Z6,}$ EN çiftlik evinin mimarisini beğendiklerini belirtmiştir.
EM_{Z2}, EM çiftlik evinin *oda*sının temiz ve güzel olduğunu belirtmiştir.
EA_{Z2}, EA_{Z3}, ED_{Z1}, ED_{Z2}, EE_{Z1}, EG_{Z2}, EJ_{Z3}, EM_{Z1}, EN_{Z3}, EN_{Z5}, EP_{Z1}, EP_{Z2}, EP_{Z4}, $EP_{Z5,}$ ziyaret ettikleri *çiftlik*lerin keyifli, konforlu ve güzel çiftlikler olduğunu ifade etmişlerdir.
EG_{Z2}: *'çiftlik beklediğimden çok daha büyük ve kurumsaldı. Gerçekten özenilecek bir çiftlik. İçerisinde konumlanan her bir ünite özenilerek inşa edilmiş.'*

ED_{Z1}, EE_{Z1}, EI_{Z1}, EJ_{Z2}, EK_{Z1}, EL_{Z1}, EM_{Z2}, EN_{Z6}, EN_{Z8}, EO_{Z1}, EP_{Z1}, EP_{Z2}, EP_{Z3}, EP_{Z4} kaldıkları çiftlik evlerinde sunulan yiyeceklerle ilgili olumlu yorumlar yapmışlardır.
EO_{Z1}: *'yediğimiz tüm öğünler çok besleyici ve lezzetliydi.'*
EP_{Z4}: *'çiftlikte kaldığınız süre boyunca ev sahibinin kendi tarzında pişirdiği yemeklere bayılacaksınız.'*

Dördüncü alt kategori *iş yükü* olmakla birlikte bu alt kategoride *tam olması gerektiği gibi ve rahat* kodları bulunmaktadır. EA_{Z1},ED_{Z1},EO_{Z1}, ziyaret ettikleri çiftliklerde iş yükünün *rahat* olduğunu ifade etmiştir. ED_{Z1} bu çiftlikte, ziyaretçilerin kendilerini çalışan bir köle olarak değil de, ailenin yeni bir üyesiymiş gibi hissettiğini belirtmiştir.
EA_{Z1}: '*sabahları erken kalktık fakat sıcaktan dolayı akşamüzeri siestası için oldukça zamanımız vardı.'*
EO_{Z1}: *'aslına bakarsanız bana gönüllüden çok misafir gibi davrandılar; hafif işlere yardım etmekten öte iş yaptırmadılar.'*

EM, EN, EP çiftliklerine giden ziyaretçiler çiftlik sahiplerine gönüllü olarak yardımcı olurken iş yükünün *tam olması gerektiği gibi* olduğunu belirtmiştir. EM_{Z3},

çiftlikte tam olarak çalışılması gereken süre kadar çalıştığını ve bundan memnun kaldığını ifade ederken, EN_{Z4} iş yükünün tam olması gerektiği gibi olduğunu belirtmiştir. $EP_{Z2,}$ yapılacak olan işlerin sürekli değiştiğini, hiçbir zaman sıkıcı olmadığını, oldukça fazla serbest zamanın olduğunu ifade etmiştir. EP_{Z5}, tam da üstesinden gelinebilecek kadar iş yükünün olduğunu belirtmiştir.

Beşinci alt kategori *iletişim becerileri* olup bu alt kategoride *yabancı dil yeterliliği* kodu bulunmaktadır. EA_{Z1},EF_{Z1} gittikleri çiftliklerde ev sahiplerinin yabancı dil bilgisinin iyi olduğunu ifade etmiştir.

EA_{Z1}: *'Çiftlik sahibi ailenin 2 küçük çocukları var ve ayrıca çiftlikte 2-3 gönüllü vardı. Herkes İngilizceyi iyi derecede biliyordu.'*

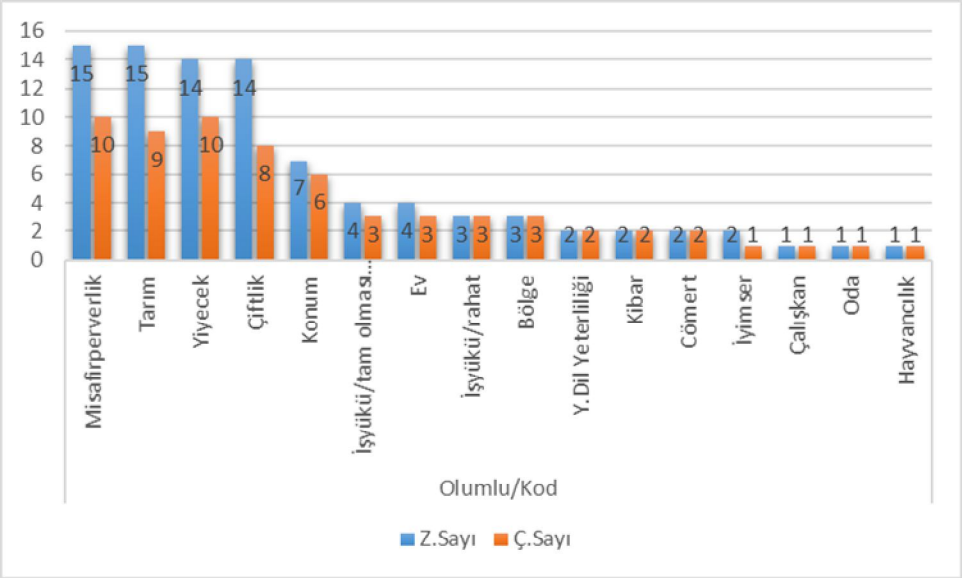
EF_{Z1}: *'Her ne kadar çiftlik sahibi anne baba İngilizceyi iyi düzeyde bilmese de kızlarının İngilizcesi oldukça iyiydi.'*

Genel olarak Ege Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumlu yorumları en fazla EP çiftliği için yapılmıştır. Bu çiftliğin ardından sırasıyla EN, EM, EA çiftlikleri ile ilgili olumlu yorumlar yapılmıştır. EG, EJ, ED çiftlikleri 6, EI çiftliği 5 ve EE, EF çiftlikleri 4 olumlu yorum almıştır. Bu çiftliklerde kalan ziyaretçiler en fazla çiftlik sahiplerinin misafirperverliklerinden memnun kalmışlardır. Ziyaretçiler kaldıkları çiftliklerde tarımla ilgili oldukça fazla bilgi edindiklerini, çiftlikleri ve orada yedikleri yiyecekleri çok beğendiklerini ifade etmiştir.

Ege Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla beğenilen özellik *misafirperverlik* olurken 15 farklı ziyaretçi 10 farklı çiftlik için ev sahiplerinin misafirperver olduğunu belirtmiştir (Şekil 8). Misafirperverliğin ardından en çok beğenildiği ifade edilen özellik *tarım* ile ilgili ziyaretçilerin bir şeyler öğrenebilmesi olmuştur.15 farklı ziyaretçi 9 farklı çiftlikte tarım ile ilgili bilgi kazandığını ifade etmiştir. Ege Bölgesindeki çiftliklerde en fazla beğenilen özelliklerden bir diğeri ziyaretçilere sunulan *yiyecekler* olmuştur. 14 farklı ziyaretçi 10 farklı çiftlikte kendilerine sunulan yiyecekleri beğendiklerini belirtmiştir. 8 farklı çiftlik 14 farlı ziyaretçi tarafından genel olarak beğenilmiştir. Çiftlikler *konum*ları

itibari ile beğenilmiştir. 6 farklı çiftlik işletmesinin konumu 7 farklı ziyaretçi tarafından beğenilmiştir.

Şekil 8: Ege Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Değerlendirmeleri



Ziyaretçiler tarafından beğenilen diğer unsurlar sırasıyla; *iş yükünün* tam olması gerektiği gibi oluşu*, çiftlik evleri*, *iş yükünün* rahat oluşu, çiftliğin bulunduğu *bölge*, çiftlik sahiplerinin *yabancı dil yeterliliği*, çiftlik sahiplerinin *kibar*, *cömert, iyimser* ve *çalışkan* oluşu, çiftlik evlerinin *oda*sı ve ziyaretçilerin *hayvancılığa* dair bilgi edinebilmeleri şeklinde olmuştur.

3.1.5. Akdeniz Bölgesi

Bu bölümde Akdeniz Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumlarının içerik analizi yapılmış, analiz sonuçları Tablo 18 ve Tablo 19'da gösterilmiştir. Bazı çiftlik işletmelerine ziyaretçiler tarafından herhangi bir yorum yapılmamıştır. Dolayısı ile bu çiftlik işletmeleri tablolarda yer almamıştır. Akdeniz bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumları öncelikle 'olumlu' ve 'olumsuz' şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Çiftliklere yönelik olumlu ve olumsuz yorumlar kendi içinde de alt kategorilere ayrılmıştır. Bu alt kategoriler ve içerisindeki kodların neyi ifade ettiği Tablo 9'da gösterilmiştir.

Olumsuz kategorisinde 4 alt kategori yer almaktadır. Bu alt kategoriler *fiziksel şartlar, fiyatlar, iş yükü, davranış/tutum* şeklindedir.

İlk alt kategori olan *fiziksel şartlar* üç kod içermektedir. Bunlar *çiftlik*, *yiyecek* ve *yol* şeklindedir. AB_{Z17}, AB çiftliğini genel anlamda beğenmediğini ifade etmiştir. AB çiftliğini ziyaret eden AB_{Z7},AB_{Z8},AB_{Z17} bu çiftlikte yemeklerle ilgili sıkıntı yaşamıştır.

AB_{Z7}: *'..yemeğimi yalnız yemem ve para ödeyerek kalan ziyaretçilerin yemek yediği yerde yemek yememem gerektiği söylendi. Yiyeceğinizi bir tepsinin üstünde dışarı bırakıyorlar ve tepsiyi alıp arka bahçeye gidip tavuklarla birlikte yemek yemeniz gerekmektedir. Eğer yemek az gelirse daha fazla isteme hakkına sahip değilsiniz (benim ailemin de yemek yemeye ihtiyacı var!). Hiçbir zaman aile ile birlikte çay içmeye davet edilmedim, en ağır işlerin yapıldığı yoğun günlerde bile ..'*

AB_{Z8} yemeklerde hiç protein kaynağı yiyeceklerin olmadığını (ne et, ne de fasulye, sadece nohut yemeği, o da haftada bir kez) ve eğer bunlara ihtiyaç duyarsanız paranızla kendinizin alması gerektiğini ifade etmiştir. $AB_{Z17,}$ AB çiftliğinde kendisine yeterli yiyeceğin sunulmadığını ve buna çok kırıldığını belirtmiştir.

Tablo 18: Akdeniz Bölgesi Çiftlikleri Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumsuz	Fiziksel Şartlar	Çiftlik	AB_{Z17}
		Yiyecek	AB_{Z7},AB_{Z8},AB_{Z17}
		Yol	AB_{Z3}
	Fiyatlar	Pahalı	AB_{Z17}
	İş Yükü	Uzun	AB_{Z1},AB_{Z2},AB_{Z8},AB_{Z18}
		Zor	AB_{Z4},AB_{Z5},AB_{Z3},AB_{Z8},AB_{Z11},AB_{Z12},AB_{Z13},AB_{Z16},AB_{Z18}
	Davranış/Tutum	Dostça Olmayan	AB_{Z1},AB_{Z2},AB_{Z3},AB_{Z7}, AB_{Z17}
		Titiz	$AB_{Z2,}$ AB_{Z7}
		Tehditkâr	AB_{Z7}
		Saygısız	AB_{Z17}
		Kaba	AB_{Z1},AB_{Z2},AB_{Z3},AB_{Z7}
		Rahatsız Edici	AB_{Z3},AB_{Z7}

AB_{Z3}, AB çiftliğine çok ağır sırt çantalarıyla, öğlen güneşinin altında araçsız ve yeni ziftlenmiş uzunca bir yoldan yürüyerek ulaşabildiklerini belirtmiştir.

AB çiftliğinin fiyatı ile ilgili AB_{Z17} eleştiride bulunmuştur. Bu ziyaretçi AB çiftliğinde 3 gece için 300 TL ödediğini, sonra kaldığı deniz kenarındaki yere ise yarı fiyat verdiğini ifade etmiştir.

Üçüncü alt kategori olan iş yükünün uzunluğuna dair AB çiftliği bazı ziyaretçiler (AB_{Z1},AB_{Z2},AB_{Z8},AB_{Z18}) tarafından eleştirilmiştir. AB_{Z1}, çiftlik sahibi ailelinin kendisinin çalışma saatlerini kontrol etmediğini ve daima 6 saatin üzerinde çalıştırıldığını belirtmiştir. AB_{Z2} AB çiftliğinde yoldan gelmesine rağmen akşama kadar çalıştırıldığını ve çalışma performansının daha ilk günden eleştirilmesine kızdığını ifade etmiştir. AB_{Z8} çiftlikteki planlanan çalışma saatlerinin uzun olduğunu ve tatil günleri dışında sahile gitmenin mümkün olmadığını söylemiştir. AB_{Z18}, bir sonraki iş vardiyası için gerekli enerjiyi toplamaları için günde 3-4 saat dinlenme vakitlerinin olduğunu ifade etmiştir.
İş yükünün zorluğuna dair bazı ziyaretçiler (AB_{Z3}, AB_{Z4}, AB_{Z5}, AB_{Z8}, AB_{Z11}, AB_{Z12}, AB_{Z13}, AB_{Z18}) AB çiftliğini eleştirmiştir. AB_{Z3}, AB_{Z4}, AB_{Z5}, AB_{Z8}, AB_{Z12}, AB_{Z13}, AB_{Z18} iş yükünün zor olduğundan bahsederken AB_{Z11} bazen iş yükünün ağır olduğunu belirtmiştir.

Dördüncü alt kategori olan davranış/tutum; *dostça olmayan*, *titiz*, *tehditkâr*, *saygısız*, *kaba* ve *rahatsız edici* kodlarını içermektedir. AB çiftlik sahiplerinin dostça olmayan davranış ve tutumları ile ilgili bazı ziyaretçiler (AB_{Z1}, AB_{Z2}, AB_{Z3}, AB_{Z7}, AB_{Z17}) ifadelerde bulunmuştur. AB_{Z1} bu çiftlikte ev sahiplerinin çok fazla konuşmaktan hoşlanmadıklarını, bu tür bir paylaşımda bulunma taraftarı olmadıklarını belirtmiştir. AB_{Z2}, bu çiftlik sahiplerinin dostça olmayan soğuk tavırlarını görünce hayal kırıklığına uğradığını ifade etmiştir. AB_{Z3}, dostça olmayan, soğuk bir hoş geldin seremonisinin ardından dinlenmeleri için bir süre tanınmadan araziye çalışmaya götürüldüklerinden bahsetmiştir. AB_{Z7}, kaldığı AB çiftliğinde dostça olmayan bir şekilde ağırlandığını belirtmiştir. Bu ziyaretçiye yemekleri tek başına yemesi ve para vererek konaklayan müşterilerden uzak durması gerektiği söylenmiştir. AB_{Z17} bu

çiftlikte gelen gönüllülerin emeğinin değerinin azımsandığı ve saygı duyulmadığını, yeterli miktarda yiyeceğin gönüllülere sunulmadığını belirtmiştir.

AB çiftliğinin sahiplerinin titiz oluşlarına dair bazı ziyaretçiler ($AB_{Z2,}$ AB_{Z7}) yorumlarda bulunmuştur. AB_{Z2} çiftliğe geldiği ilk gün dinlenmesine fırsat verilmeden akşama kadar çalıştırıldığını ve ilk günden bu şartlar altında yaptığı işin ve çalışma potansiyelinin eleştirilmesine kızdığını belirtmiştir. AB_{Z2} burada güveninin sarsıldığını ve bundan sonra artık herhangi bir gönüllü organizasyonda çalışmayacağını ifade etmiştir. AB_{Z7} verilen görevleri yerine getirmek için elinden gelenin en iyisini yaptığını ancak ev sahibinin yine de yapılan işi beğenmediği ve şikâyet ettiğini ifade etmiştir.

AB_{Z7} AB çiftlik sahibinin tehditkâr oluşundan rahatsız olduğunu şu sözleriyle belirtmiştir;

AB_{Z7}: *'.. son günümde başka gönüllüler geldi ve bir tanesiyle arkadaş oldum. Bu arkadaşla oturup konuşmalarım ev sahibini kızdırdı ve bize odalara geçmemizi söyledi. Bu davranışından hoşnut olmadığımı söylediğimde, bize oldukça sinirli bir şekilde davranmaya başladı. Hatta bizi odalarımıza kadar takip etti. Ben ve arkadaşım fiziksel şiddet uygulayacağından korktuk ve o gece orayı terk edip yandaki eve sığındık'.*

AB_{Z17} AB çiftlik sahibinin saygısızca davrandığından bahsetmiştir. AB_{Z17} çiftlik sahibinin Tatuta sisteminden avantaj sağlamaya (çıkarlarına yönelik kötüye kullanma) çalıştıklarını ve kendisinin bundan nasıl rahatsız olduğunu anlatmaya çalışırken çiftlik sahibi tarafından iki kez sözünün kesildiğini ifade etmiştir. Buna karşın çiftlik sahibinin kendisinin sözü bitmeden ziyaretçinin konuşmaması gerektiğini söylemiştir. Ayrıca çiftlik sahibi, ziyaretçilerin kahvaltıları için ne kadar erken kalktığını ve internet için ne kadar para ödediğini bilip bilmediğini sormuştur. AB_{Z17} ev sahibinin bir ziyaretçi ile nasıl bu şekilde konuşabiliyor olduğuna inanamadığını ifade etmiştir.

AB çiftlik sahibinin kaba davranışları ile ilgili bazı ziyaretçiler (AB_{Z1},AB_{Z2},AB_{Z3},$AB_{Z7)}$ yorumlar yapmıştır. AB_{Z1} AB çiftlik sahibinin kendisine daha hızlı çalışması gerektiğini söylediğini ve bunun oldukça kaba bir davranış olduğunu belirtmiştir. AB_{Z2} bu çiftlikte kendisinin dışlandığını, AB_{Z3} ise bu çiftlikte yemek yerlerken çiftlik sahiplerinin onlarla oturmadığını, tabak çatallarının hastalıklıymış gibi ayrıldığını, ev kapısından yemekleri verilirken bile ev sahiplerinin çalışanların eve yaklaşmasından rahatsız olduğunu ifade etmiştir. AB_{Z7} bu çiftlikte ev sahiplerinin yemeğini tepsi içerisinde dışarı bıraktıklarını ve yemeği alıp arka bahçede tavuklarla yemelerinin gerektiğini belirtmiştir. Hiçbir zaman aile ile birlikte oturmaya veya en zorlu çalışma şartlarında bile bir bardak çay içmeye davet edilmediğini ifade etmiştir.

AB_{Z3},AB_{Z7} gittikleri AB çiftliğinde rahatsız edici bir şeylerin olduğunu şu sözleriyle belirtmişlerdir;

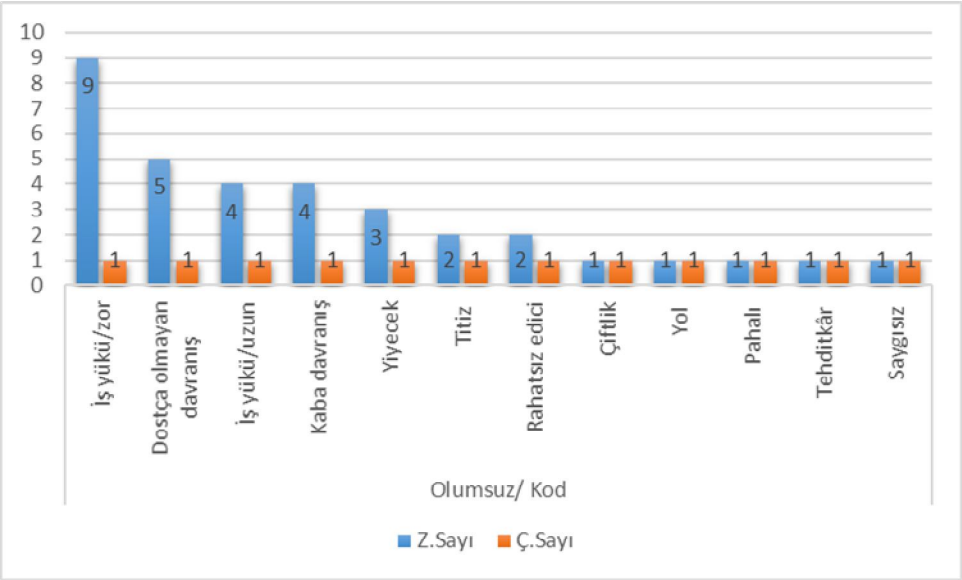
AB_{Z3}: *'Bir şeylerin ters gittiğini ve ev sahibi tarafından iyi niyetimizin ve gönüllülüğümüzün sömürüldüğünü hissetmeye başlamıştım'.*

AB_{Z7}: *'İlk günden bu çiftlikte yolunda olmayan bir şeylerin olduğunu hissetmiştim.'*

Akdeniz Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumsuz yorumları AB çiftlik işletmesi için yapılmıştır. Bu çiftlikte kalan ziyaretçiler en fazla iş yükünün zorluğundan şikâyetçi olmuşlardır. Bunun ardından en fazla eleştirilen konu çiftlik işletmecilerinin dostça olmayan tavırları eleştirilmiştir. Ziyaretçiler tarafından eleştirilen diğer unsurlar sırasıyla, çiftlik işletmecilerinin kaba davranışları, çalışma saatlerinin uzun oluşu, ziyaretçilere sunulan yiyeceklerin sunuş şekli, çiftlikteki rahatsız edici ortam ve çiftlik sahiplerinin iş konusundaki aşırı titiz tutumları şeklinde olmuştur.

Akdeniz Bölgesinde olumsuz eleştirilerin tümü bir çiftlik işletmesi için yapılmıştır. Akdeniz Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla eleştirilen unsur çiftliklerdeki iş yükünün ağırlığı olup, 9 ziyaretçi bir çiftlik için bu durumu ifade etmiştir (Şekil 9).

Şekil 9: Akdeniz Bölgesi Olumsuz Ziyaretçi Değerlendirmeleri



İş yükünün ağırlığının ardından en fazla eleştirilen unsur çiftlik sahiplerinin ziyaretçilere yönelik dostça olmayan davranışlarıdır. 5 ziyaretçi bir çiftlik işletmecisinin ziyaretçilere dostça olmayan şekilde davrandığını belirtmiştir. Çalışma saatlerinin uzunluğu açısından 4 ziyaretçi bir çiftlik için olumsuz yorumda bulunmuştur. 4 ziyaretçi bir çiftlik sahibinin kaba davranışlarından bahsederken, 3 ziyaretçi bir çiftlikte sunulan yiyecekleri eleştirmiştir. Bir çiftlik sahibinin titiz ve rahatsız edici davranışları ise 2'şer ziyaretçi tarafından ifade edilmiştir. Geriye kalan özelliklerden çiftliğin genel durumu, çiftlik yolunun iyi olmaması, çiftliklerde fiyatların pahalı oluşu, çiftlik sahiplerinin tehditkâr ve saygısız oluşları da birer ziyaretçi tarafından olumsuz yönde eleştirilmiştir.

Akdeniz Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin *olumlu* deneyimleri dört alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; *bilgi edinimi*, *davranış/tutum*, *fiziksel olanaklar, iş yükü* şeklindedir (Tablo 19).

AB, AC, AE ve AF çiftliklerini ziyaret eden bazı ziyaretçiler (AB_{Z9}, AB_{Z13}, AB_{Z15}, AB_{Z16}, AC_{Z1}, AE_{Z1}, AF_{Z1}, AF_{Z3}) tarım ile ilgili bilgiler öğrendiklerini ifade etmiştir.

AC_{Z1}: *'Ev sahipleriyle arpa tarlasında hasattan önce toplanması gereken dikenli bir bitkiyi kesip topladık. Sebze bahçesinde ot yolduk ve hayvanlara götürdük'.*

AE_{Z1}, ev sahibinin kaktüs sever olduğunu ve ev sahibinden kaktüs çeşitlerini nasıl çapraz türediğini öğrendiğini ifade etmiştir. AF_{Z1}, portakal ağaçları ile ilgili çok şey öğrendiğini belirtmiştir. AF_{Z3}, AF çiftliğinde ev sahibine tohum ekme ve bitki dikme konularında yardımcı olduğunu ve ev sahibinin organik tarım konusundaki bilgisine hayran kaldığını ifade etmiştir.

AB ve AF çiftliklerini ziyaret eden bazı ziyaretçiler (AB_{Z9}, AF_{Z2}) bu çiftliklerde hayvancılıkla ilgili bilgiler öğrendiğini ifade etmiştir.

Tablo 19: Akdeniz Bölgesi Çiftlikleri Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumlu	Bilgi Edinimi	Tarım	AB_{Z9},AB_{Z15},AB_{Z13},AB_{Z14},AB_{Z16}, AC_{Z1}, AE_{Z1}, AF_{Z1}, AF_{Z3}
		Hayvancılık	AB_{Z9}, AF_{Z2}
	Davranış/ Tutum	Yardımsever	AF_{Z1}
		Misafirperver	AB_{Z5},AB_{Z6}, AB_{Z9}, AB_{Z10},AB_{Z12},AB_{Z13},AB_{Z14},AB_{Z15}, AF_{Z2},AF_{Z3}
		İyimser	AD_{Z1}, AF_{Z2}
		Arkadaş canlısı	AB_{Z10},AB_{Z12},AB_{Z15},AC_{Z1}
	Fiziksel Olanaklar	Bölge	AB_{Z1},AB_{Z4}, AB_{Z6}, AB_{Z12}, AD_{Z1},AF_{Z3}
		Konum	AD_{Z1},AE_{Z1}
		Çiftlik	AB_{Z5},AB_{Z6},AB_{Z8},AB_{Z11}
		Yiyecek	AA_{Z1},AB_{Z1},AB_{Z4},AB_{Z6},AB_{Z12},AB_{Z13},AB_{Z14},AB_{Z15},AB_{Z16},AC_{Z1},AC_{Z2},AE_{Z1}
	İş Yükü	Çeşitlilik	AB_{Z8},AB_{Z9},AC_{Z1}
		Tam olması gerektiği gibi	AB_{Z6}, AB_{Z12}, AB_{Z15}

AF_{Z1}, AF çiftlik sahiplerinin yardımsever olduğunu belirtmiştir. AB ve AF çiftlik sahiplerinin misafirperver olduğunu bazı ziyaretçiler (AB_{Z5}, AB_{Z6}, AB_{Z9}, AB_{Z10}, AB_{Z12}, AB_{Z13}, AB_{Z14}, AB_{Z15}, AF_{Z2}, AF_{Z3}) ifade etmiştir. AB çiftliğinde kalan ziyaretçiler bu çiftlikte kendilerini evlerinde gibi hissettiklerini ve ev sahiplerinin misafirperverlikte çok iyi olduklarını belirtmişlerdir. AF_{Z2},AF_{Z3} kaldıkları AF çiftliğinde kaldıkları süre içerisinde sıcak aile atmosferi içerisinde ve kendilerini de o ailenin parçası gibi hissettiklerini ifade etmişlerdir.

AD_{Z1} AD çiftlik sahibinin en pozitif düşünceli çiftçilerden biri olduğunu, AF_{Z2} AF çiftlik sahiplerinin iyimser bir tavır içerisinde olduğunu ve kendisine bolca eğlenceli ve kahkaha dolu anlar yaşattığını belirtmiştir.

AB çiftlik sahiplerinin arkadaş canlısı insanlar olduğuna dair bazı ziyaretçiler (AB_{Z10},AB_{Z12},AB_{Z15}) ifadelerde bulunmuştur. AB_{Z10} her akşam ev sahipleri ile beraber oturduklarını, güzel sohbetler ettiklerini ve her zaman çok güzel bir uyum içinde olduklarını belirtmiştir. AB_{Z12}, AB çiftlik sahipleri ile çok ilginç güzel sohbetler ettiklerini, ev sahibinin kendi yaptığı el sanatlarını ve çektiği fotoğrafları gösterdiğini ifade etmiştir. AB_{Z15} ise güzel sohbetleri seven, arkadaş canlısı insanlarla vakit geçirmek isteyenlerin tercih edeceği bir yer olduğunu belirtmiştir.
Üçüncü alt kategori olan *fiziksel olanaklar*; *bölge*, *konum*, *çiftlik* ve *yiyecek* kodlarından oluşmaktadır.

AB, AD ve AF çiftliklerinin bulunduğu *bölge* bazı ziyaretçiler (AB_{Z1},AB_{Z4}, AB_{Z6}, AB_{Z12}, AD_{Z1}, AF_{Z3}) tarafından beğenilmiştir. AB_{Z1}, AB çiftliğinin doğa içerisinde insanın kendini dinleyebileceği bir yerde olduğunu belirtmiştir. AB_{Z4}, bu çiftliğin gün batımının ve geceleri yıldızların izlenebileceği, deniz kenarında harika bir yerde bulunduğunu ifade etmiştir. AB_{Z6}, AB_{Z12} bu çiftliğin bulunduğu bölgenin çok güzel olduğunu belirtmiştir. AD_{Z1}, AD çiftliğinin bulunduğu bölgenin güzelliğinden bahsederken, AF_{Z3}, AF çiftliğinin bulunduğu bölgenin doğasının çok güzel olduğunu belirtmiştir.

AD_{Z1}, AD çiftliğinin konumunun, AE_{Z1} ise AE çiftliğinin konumunun çok iyi olduğunu ifade etmişlerdir. AB çiftliğini genel anlamda beğenen bazı ziyaretçiler (AB_{Z5},AB_{Z6},AB_{Z8},AB_{Z11}) bulunmaktadır.

Çiftliklerde sunulan yiyeceklerle ilgili olumlu değerlendirmeler yapılmıştır. AA çiftliğinde kalan AA_{Z1}, ev sahibinin yemeklerinin harika olduğunu belirtmiştir. AB çiftliğinde sunulan yiyecekler de bazı ziyaretçiler (AB_{Z1},AB_{Z4}, AB_{Z6}, AB_{Z12}, AB_{Z13}, AB_{Z14}, AB_{Z15}, AB_{Z16}) tarafından beğenilmiştir.

AB_{Z4}*: 'Ev sahibinin hazırladığı harika yemekler sayesinde kendimi zinde hissettim. Bu çiftlikte sunulan yemeklerin protein yoksunu olduğuna dair yapılan yorumlar gerçeği yansıtmamaktadır. Vejetaryen olmama rağmen bize çok fazla besleyici tahıllar, yumurta ve peynir gibi gıdalar sunuldu'.*

AB_{Z6}: *'Ev sahibinin yemekleri lezzetli ve besleyiciydi. Şehre döndüğümde ben de kendi yemeklerimi kendim hazırlayacağım'.*

AC çiftliğinde gelen ziyaretçilere sunulan yemekler bazı ziyaretçiler (AC_{Z1}, AC_{Z2}) tarafından beğenilmiştir.

AC_{Z1}: *'Ev sahibinin yaptığı yemeklerin, bilhassa nar ekşili semizotu salatasının tadı hala damağımda'.*

AC_{Z2}: *'Sofra %100 ekolojik! Her şey o kadar lezzetli ki hak ettiğinize kendinizi inandırmak için çok sıkı çalışmanız gerekecek'.*

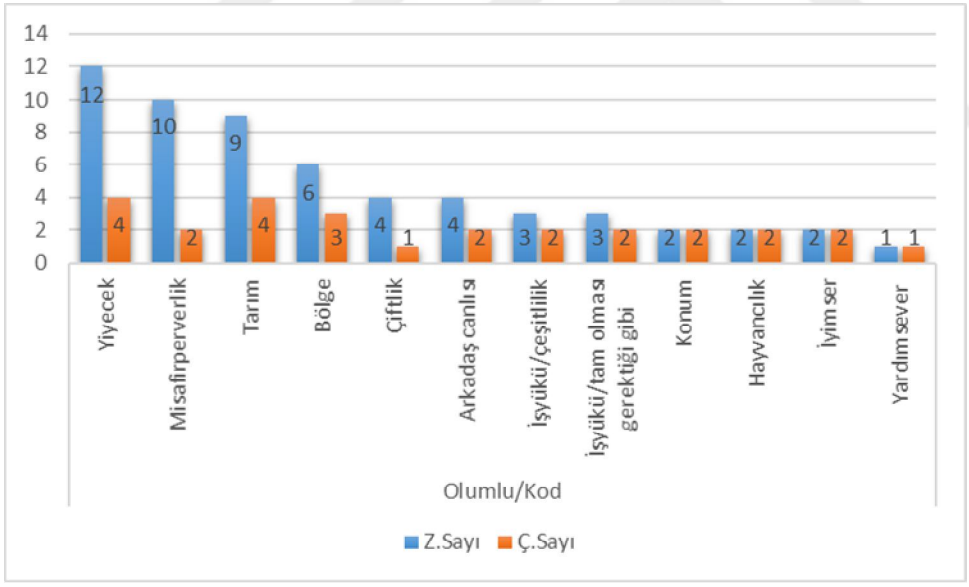
Ziyaretçi AE_{Z1}, AE çiftlik sahibinin yaptığı yemekleri sevdiğini belirtmiştir.

Dördüncü alt kategori olan *iş yükü*; *çeşitlilik* ve *tam olması gerektiği gibi* kodlarını içermektedir. Çiftliklerde yapılan *işlerin çeşitliliği* açısından AB çiftliği bazı ziyaretçiler (AB_{Z8},AB_{Z9}) tarafından olumlu değerlendirilmiştir. AB_{Z8}, AB çiftliğinde çok çeşitli ürünler olduğunu ve bu çeşitlilikten memnun kaldığını belirtmiştir. AB_{Z9} ise bu çiftlikte çeşitli tarımsal faaliyetlerde bulunduğunu ifade etmiştir. AC_{Z1}, AC çiftliğinde çok çeşitli işlerde çalıştığını belirtmiştir.

AB çiftliğinde yapılacak işlerin ve iş yükünün tam olması gerektiği gibi olduğuna dair bazı ziyaretçiler (AB_{Z6}, AB_{Z12}, AB_{Z15}) ifadelerde bulunmuştur. AB_{Z6}, AB çiftlik sahibinin ziyaretçileri iş yaparlarken hiçbir zaman sınırlarını zorlamadığını, yorulanların istedikleri zaman dinlenebildiklerini, istedikleri an erken çalışmaya başladıklarını, isterlerse çalışmaya geç başlayabildiklerini belirtmiştir. AB_{Z12}, bu çiftlik sahibinin çalışanları zorlamadığını, sadece çalışanların ellerinden gelenin en iyisini yapmasını istediğini ifade etmiştir. AB_{Z15}, işlerin en yoğun olduğu zamanda gitmesine rağmen sadece tatlı bir yorgunluk hissettiğini ve çiftlik sahibi ile konuşarak çalışma saatlerini kendilerine göre ayarlayabildiklerini belirtmiştir.

Akdeniz Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumlu yorumları en fazla AB çiftlik işletmesi için yapılmıştır. AB çiftliğinden sonra olumlu yorumlar sırasıyla AF, AC, AD ve AA çiftlikleri için yapılmıştır. Bu çiftliklerde kalan ziyaretçiler en fazla çiftliklerde sunulan yiyeceklerden memnun kalmışlardır. Bunun ardından en fazla beğenilen diğer özellik çiftlik işletmecilerinin misafirperverlikleri olmuştur. Ziyaretçiler tarafından beğenilen diğer unsurlar sırasıyla, ziyaretçilerin kaldıkları çiftliklerde tarım ile ilgili bilgi edinebilmeleri, çiftliklerin bulunduğu bölge, çiftliklerin genel durumu, çiftlik işletmecilerinin arkadaş canlısı olmaları şeklindedir. Çiftliklerde yapılacak işlerin çeşitliliği, iş yükünün tam olması gerektiği gibi olması, çiftliklerin konumu, hayvancılıkla ilgili ziyaretçilerin bilgi edinebilmeleri, çiftlik sahiplerinin iyimser ve yardımsever oluşları ziyaretçiler tarafından olumlu şekilde değerlendirilen unsurlardır.

Şekil 10: Akdeniz Bölgesi Olumlu Ziyaretçi Değerlendirmeleri



Akdeniz Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla beğenilen unsur çiftliklerde sunulan yiyecekler olurken, 12 farklı ziyaretçi 4 farklı çiftlikte sunulan yiyecekleri beğendiğini belirtmiştir (Şekil 10). Çiftliklerde sunulan yiyeceklerin ardından en çok beğenildiği ifade edilen özellik çiftlik sahiplerinin misafirperverlikleri olmuştur.10 farklı ziyaretçi 2 farklı çiftlik sahibinin misafirperver olduğunu söylemiştir. Akdeniz bölgesinde en çok beğenilen

özelliklerden bir diğeri de çiftliklerde ziyaretçilerin tarım ile ilgili yeni şeyler öğrenebilmesi olmuştur. 9 ziyaretçi, 4 farklı çiftlik için tarım ile ilgili yeni bilgiler öğrendiğini belirtmiştir. 6 ziyaretçi 3 farklı çiftliğin konumunu beğendiklerini ifade ederken; 4 ziyaretçi bir çiftliği genel olarak beğendiğini belirtmiştir.

Ziyaretçiler tarafından beğenilen diğer unsurlar sırasıyla; çiftlik sahiplerinin arkadaş canlısı oluşları, iş çeşitliliğinin olması, *iş yükünün* tam olması gerektiği gibi oluşu, çiftliklerin konumu, ziyaretçilerin *hayvancılığa* dair bilgi edinebilmeleri, çiftlik sahiplerinin *iyimser* ve *yardımsever* oluşları şeklindedir (Şekil 10).

3.1.6. Doğu Anadolu Bölgesi

Bu bölümde Doğu Anadolu Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumlarının içerik analizi yapılmış, analiz sonuçları Tablo 20 ve Tablo 21'de gösterilmiştir. Bazı çiftlik işletmelerine ziyaretçiler tarafından herhangi bir yorum yapılmamıştır. Dolayısı ile bu çiftlik işletmeleri tablolarda yer almamıştır. Doğu Anadolu Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin yorumları öncelikle 'olumlu' ve 'olumsuz' şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Çiftliklere yönelik olumlu ve olumsuz yorumlar kendi içinde de alt kategorilere ayrılmıştır. Bu alt kategoriler ve içerisindeki kodların neyi ifade ettiği Tablo 9'da gösterilmiştir.

Doğu Anadolu Bölgesindeki çiftliklere yönelik olumsuz eleştirilere yönelik oluşturulan tabloda 3 alt kategori bulunmaktadır. Bunlar; *iletişim becerileri*, *fiziksel olanaklar* ve *iş yükü* şeklindedir.

İlk kategori olan iletişim becerileri içerisinde çiftlik sahiplerinin yabancı dil bilgileri ziyaretçiler tarafından olumsuz eleştirilmiştir. DA çiftliğini ziyaret eden DA_{Z3} bu çiftlik sahipleri ile ilgili iletişim kurma konusunda sıkıntı yaşadıklarını belirtmiştir.

İkinci alt kategori olan fiziksel şartlarla ilgili DA çiftliğinin yolu DA_{Z4} tarafından eleştirilmiştir. DA_{Z4} bu çiftliğin çok uzak bir yerde olduğunu ifade etmiştir.

Üçüncü alt kategori olan iş yükünün uzunluğuna ilişkin DA çiftliği DA_{Z2} tarafından eleştirilmiştir.

DA_{Z2}: *'Çiftlik sahipleriyle çalışma saatleri ile ilgili açıkça konuşup uzlaşmanız gerekmektedir. Aksi takdirde hiç durmadan ve mola vermeden uzun saatler çalışabilirsiniz'.*

Tablo 20: Doğu Anadolu Bölgesi Çiftlikleri Olumsuz Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumsuz	İletişim Becerileri	Y.Dil Yeterliliği	DA_{Z3}
	Fiziksel Şartlar	Yol	DA_{Z4}
	İş Yükü	Uzun	DA_{Z2}

Doğu Anadolu Bölgesinde sadede DA ve DB çiftlikleri için bazı ziyaretçiler yorumlarda bulunmuştur. Doğu Anadolu Bölgesinde Tatuta çiftliklerinin diğer bölgelere az oluşu ve bu bölge çiftliklerinin çok talep görmüyor oluşu bu durumun altında yatan nedenler olabilir.

Doğu Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumsuz yorumları DA çiftlik işletmesi için yapılmıştır. Bu çiftlik işletme sahibinin yabancı dil bilmemesi, çiftliğe uzun bir yolculuktan sonra ulaşılabilmesi ve çalışma saatlerinin uzun oluşu ziyaretçiler tarafından eleştirilmiştir.

Doğu Anadolu Bölgesindeki çiftliklere yönelik ziyaretçilerin *olumlu* deneyimleri üç alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; *bilgi edinimi*, *davranış/tutum*, *fiziksel olanaklar* şeklindedir (Tablo 21).

DA çiftliğini ziyaret eden ziyaretçi DA_{Z1} çiftlik sahibine hem tarım hem de hayvancılıkla ilgili işlerde yardım ettiğini belirtmiştir. Bu ziyaretçi bu çiftlikte özellikle ekolojik tarımla ilgili deneyim kazandığını ifade etmiştir.

Bilgi ediniminin ardından ikinci alt kategori ise *davranış/tutum* olmakla birlikte bu alt kategoride *arkadaş canlısı*, *misafirperverlik*, *yardımsever* kodları bulunmaktadır.

DA_{Z1}, DA çiftlik sahibinin arkadaş canlısı olduğunu ve bu çiftlik sahibiyle kahve sohbetleri ettiklerini, oyun oynadıklarını belirtmiştir.

DA çiftlik sahiplerinin çok misafirperver olduklarına dair DA_{Z1}, DA_{Z3} ifadelerde bulunmuştur. DA_{Z1}, ev sahiplerinin onları evin bir parçası gibi hissettirdiklerini ve çok konuksever olduklarını belirtmiştir. DA_{Z3} bu çiftlikte kendini bu mutlu ailenin bir parçası gibi hissettiğini ifade etmiştir.

DA_{Z2} ve DA_{Z3}, DA çiftlik sahibinin yardımsever olduğunu, kendilerine hem işlerin nasıl yapılacağına dair hem de her konuda yardımcı olduğunu belirtmiştir.

Üçüncü alt kategori olan *fiziksel şartlar; bölge*, *konum*, *oda* ve *yiyecek* kodlarını içermektedir.

DA_{Z1}, DA_{Z4} ve $DB_{Z1,}$ DA ve DB çiftliklerinin bulunduğu bölgeyi beğendiklerini ifade etmişlerdir.

DA_{Z1}: *'Çiftlikten ilçeye yürürken eşlik eden görkemli dağlar, ilçe sokaklarında yürüyüş, Karanlık Kanyon'da tekne gezisi akılda kalacak güzellikler.. göz alabildiğince kahverengi her yer, kıpırdamaya hiç niyeti olmayan yığın yığın kahverengi dağlar.. hüzünlü duruşları var sanki.. Kemaliye dağların arasına saklanmış, dağlar onu saklamış..'.*

DA_{Z4}: *'kayalık ve dağlık bir alanla çevrili, gerçek bir cennet burası..'.*

DB_{Z1}: *'burası kesinlikle Türkiye'nin en güzel köylerinden biri..'.*

Tablo 21: Doğu Anadolu Bölgesi Çiftlikleri Olumlu Ziyaretçi Deneyimleri

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ziyaretçiler
Olumlu	Bilgi Edinimi	Tarım	DA_{Z1}
		Hayvancılık	DA_{Z1}
	Davranış/ Tutum	Arkadaş Canlısı	DA_{Z1}
		Misafirperverlik	DA_{Z1},DA_{Z3}
		Yardımsever	DA_{Z2},DA_{Z3}
	Fiziksel Şartlar	Bölge	DA_{Z1},DA_{Z4}, DB_{Z1}
		Konum	DA_{Z3},DA_{Z4},
		Oda	DA_{Z3}
		Yiyecek	DA_{Z1},DA_{Z3}

DA çiftliğinin bulunduğu konumu DA_{Z3} ve DA_{Z4} beğendiklerini ifade etmiştir. DA_{Z3}, DA çiftliğinin Kemaliye'ye nazır, güzel manzaralı alanda olduğunu belirtmiştir. DA_{Z4} ise bu çiftliğin sarp dağların tam ortasında bir konumda yer aldığını ifade etmiştir.

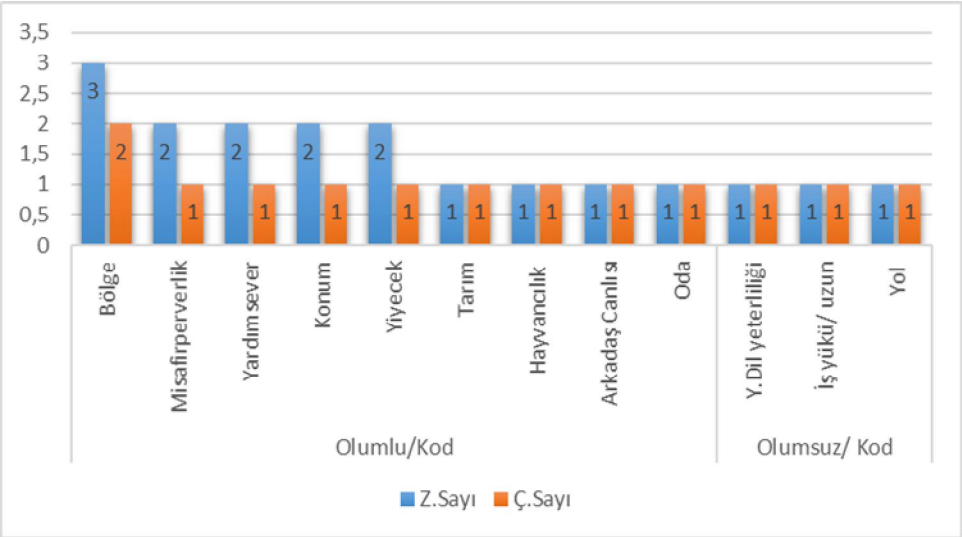
DA çiftlik evinin odalarının iyi olduğunu DA_{Z3} belirtirken, DA_{Z1} ve DA_{Z3}, bu çiftlikte sunulan yiyecekleri beğendiklerini ifade etmiştir.
DA_{Z1}: *'Çiftlikte kahvaltı hiç bitmesin istiyor insan, hangisinin tadı kalmalı ağzımda diye habire yiyorum.. Her yanım dut ağacı, dalından dut yemenin keyfi başka..'.*

Doğu Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin olumlu yorumları en fazla DA çiftlik işletmesi için yapılmıştır. DA çiftliğinden sonra olumlu yorumlar DB çiftliği için yapılmıştır. Bu çiftliklerde kalan ziyaretçiler en fazla çiftliklerin bulunduğu bölgeyi beğenmişlerdir. Bunun ardından en fazla beğenilen diğer özellik çiftlik işletmecilerinin misafirperverlikleri olmuştur. Ziyaretçiler tarafından beğenilen diğer unsurlar sırasıyla; çiftlik sahiplerinin yardımsever oluşları, çiftliklerin konumu, çiftliklerden sunulan yiyecekler, ziyaretçilerin tarım ve hayvancılığa dair deneyimler kazanması, ev sahiplerinin arkadaş canlısı oluşları ve çiftlik evlerinin odaları şeklinde olmuştur.

Doğu Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumlarına ilişkin hazırlanan Şekil 11 incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Hem değerlendirme yapılan çiftlik sayısı hem de değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayıları olumlu kategoride daha fazladır.

Doğu Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *en fazla beğenilen* unsur çiftliklerin bulunduğu bölge olmuştur. 3 ziyaretçi, 2 farklı çiftlik için bu beğeniyi sunmuştur.

Şekil 11: Doğu Anadolu Bölgesi/ Ziyaretçilerin Çiftliklerden Memnuniyet Durumu



Doğu Anadolu Bölgesinde en fazla beğenilen diğer özellikler; çiftlik sahiplerinin misafirperverlikleri ve yardımsever oluşları, çiftliklerin konumu ve çiftliklerde sunulan yiyecekler olmuştur. İkişer ziyaretçi, birer çiftlik için bu beğeniyi sunmuştur. Çiftliklerde tarım ve hayvancılığa dair deneyim kazanımını, çiftlik sahiplerinin arkadaş canlısı oluşlarını ve çiftlik odalarını beğendiklerini ise birer ziyaretçi, birer çiftlik için belirtmişlerdir (Şekil 11).

Doğu Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *olumsuz* şekilde eleştirilen özellikler çiftlik sahiplerinin *yabancı dil yeterliliği*, çiftliklerde *çalışma saatlerinin uzun* oluşu ve çiftliğin *yolunun uzun olması* şeklindedir. Birer ziyaretçi birer çiftlik için bu değerlendirmeleri yapmıştır (Şekil 11).

Güneydoğu Anadolu Bölgesi diğer bölgelerle karşılaştırıldığında tarım turizmi bağlamında biraz geride kalmış görünmektedir. Bu bölgede toplam tarım turizmi çiftlik sayısı ikidir ve Türkiye'de en az Tatuta çiftliğinin bulunduğu bölgedir. Bu bölgedeki çiftliklere gelen ziyaretçi sayıları diğer bölgelerle karşılaştırıldığında yok denecek kadar azdır. Dolayısı ile bu bölge çiftlikleri için ziyaretçiler tarafından

Tatuta'nın resmi web sitesinde herhangi bir yorumda bulunulmamıştır. Bu durumdan kaynaklı olarak, veri analizleri kısmında bu bölge bulunamamaktadır.

3.2. TATUTA ÇİFTLİK İŞLETMECİLERİN TATUTA DENEYİMLERİNE YÖNELİK GÖRÜŞLERİN ANALİZİ

Türkiye'de 'tarım turizm takası' projesi kapsamında faaliyet gösteren 92 adet çiftlik işletmesine yönelik ziyaretçilerin yorumlarının analizi sonucunda en fazla olumlu ve en fazla olumsuz yorumları alan çiftlik işletmelerinin sahipleri araştırmanın ikinci kısım örneklem grubu olarak seçilmiştir (kriter temelli örneklem). Bu örneklemin seçilme nedeni, çiftlik sahiplerinin benimsedikleri hedefler ve bu hedeflere ulaşmadaki başarı algıları ile gerçekte müşteriler bazındaki başarılarını karşılaştırmaktır.

Bu araştırmada ikinci alt amaca yönelik veri toplamada, veri toplama yaklaşımlarından birebir görüşme yapılması hedeflenmiştir. Ancak yapılan pilot çalışma neticesinde birebir görüşmelerde yeterli doküman alınmamış ve çiftlik işletmecilerinin kendi resmi web sitelerinde araştırma sorularına yönelik detaylı bilgiler verdikleri görülmüştür. İkici alt amaca yönelik daha detaylı bilgilere çiftliklerin web sitelerinden ulaşılabilmesinden dolayı veri toplama aracı olarak birinci alt amaçtaki gibi veri toplama yaklaşımlarından görsel-işitsel materyallerden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda çiftlik işletmecilerinin tarım alanında faaliyetlerini turizm ile birleştirmede hedeflediklerinin ne olduğu ve bu hedeflere ne ölçüde ulaştıklarına dair bilgiler web sitelerinden toplanarak bir Word belgesine kopyalanmıştır. Bölgesel olarak her bir çiftlik işletmecisinin bu hususstaki verdiği bilgiler içerik analizine tabii tutulmuştur. Bu analiz yapılırken çiftlik işletmelerinin her biri farklı (A,B,C..) harflerle kodlanmıştır.

Bu yorumlar bölgesel olarak ayrılmıştır. Türkiye'deki 7 coğrafi bölge ayrı ayrı değerlendirildiği için her bölgedeki çiftlikler birinci kısım veri analizinde olduğu gibi bölgenin isminin baş harfi eklenerek kodlanmıştır. Akdeniz Bölgesindeki çiftliklerde A, İç Anadolu Bölgesindeki çiftliklerde İ, Ege Bölgesindeki çiftliklerde E, Marmara

Bölgesindeki çiftliklerde M, Karadeniz Bölgesi çiftlikleri için K, Güneydoğu Anadolu Bölgesi için G, Doğu Anadolu Bölgesi için D kodu kullanılmıştır.

Veri analizinde öncelikle iki ayrı kategori oluşturulmuştur. Bu kategorilerden ilki 'hedef' yani çiftlik sahiplerinin tarıma ek olarak turizme yönelmelerindeki hedefleri, ikincisi ise, hedefe ulaşma durumları şeklindedir. Alt kategoriler ve kodların oluşturulmasında ise literatürden faydalanılmıştır. Literatür incelendiğinde tarıma dayalı faaliyet göstermekte olan çiftliklerin tarıma ek olarak turizme yönelmelerinin altında yatan nedenlerin yani hedeflerinin neler olduğu ile ilgili farklı görüşler ileri sürülmüştür. Bu gruplandırmalar Tablo 23'te gösterilmiştir.

Kategori	Alt Kategori	Kod	Ege Bölgesi				Akdeniz Bölgesi		Karadeniz Bölgesi			Doğu Anadolu Bölgesi		İç Anadolu Bölgesi	Marmara Bölgesi			Toplam			
																		5	49	4	58
			EA	EM	EN	EP	AB	AF	KD	KA	KO	DA	DB	İD	MF	MI	ME	+	+	+	+
Hedef/ Hedefe Ulaşma Total	Çiftlik Karlılığı/ Ekonomik	Çiftlik gelirlerinin arttırılması							+ +	+ +					+ +	+ +		1	2	1	4
		Yerel ekonomiyi canlandırma												+ +				0	1	0	1
		İşgücü sağlama										+ +			+ +			1	1	0	2
		Kırsal alanların turizm ilgilerini arttırma									+ +			+ +				0	2	0	2
	Dış Faktörler	Pazar fırsatlarını değerlendirme										+ +		+ +		+ +		0	3	0	3
		Sosyal bağ	+ +					+ +		+ +	+ +							0	4	0	4
		Müşterilerle iletişim								+ +	+ +							0	2	0	2
	Hane halkı	Çiftlik sahipliğini ailede tutmak								+ +					+ +			0	2	0	2
		Çiftliği devam ettirme								+ +		+ +			+ +			0	3	0	3
		Aileyi birlikte tutma													+ +			1	0	0	1
		Aile ile birlikte bir şeyler yapma								+ +					+ +			1	1	0	2
	Kişisel uğraş	İşletmecinin bireysel hobileri/ilgileri	+ +					+ +										0	2	0	2
		Kırsal yaşam tarzından zevk alma								+ +		+ +			+ +			0	3	0	3
		Benzer değerlere sahip insanlarla birlikte olmak													+ +			1	0	0	1
		Kişisel değerler	+ +			+ +												0	1	1	2
		Geçmişteki güzel günleri hatırlamak													+ +			0	1	0	1
	Çevresel	*Doğal kaynakların ve ekosistemin korunması*	+ +	+ +	+ +	+ +	+ +	+ +		+ +				+ +	+ +	+ +	+ +	0	10	1	11
		Ziyaretçilerin tarım ve doğa hakkında eğitilmesi												+ +			+ +	0	2	0	2
		Doğal güzelliği sunmak								+ +								0	1	0	1
	Sosyo-kültürel	*Kırsal mirası ve gelenekleri korumak*	+ +		+ +								+ +		+ +			0	3	1	4
		Ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşmak			+ +					+ +				+ +				0	3	0	3
		Ziyaretçilere rekreasyonel faaliyetler sunmak										+ +		+ +				0	2	0	2

Tablo 22: Çiftlik Sahiplerinin Çiftlik Turizm Deneyimleri

Çiftlik işletmecilerinin tarım turizm takası projesi aracılığıyla tarıma ek olarak turizme iten nedenlerle ilgili verdikleri bilgiler, yukarıdaki tablodaki değişkenler bazında kategorilere ayrılmıştır. Sonrasında da bu hedeflere ulaşıp ulaşmadıkları araştırılmıştır.

Çiftlik sahiplerinin çiftliklerini farklılaştırmaya iten nedenler 6 alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; çiftlik karlılığı (ekonomik faktörler), dış faktörler, hane halkı, kişisel uğraş, çevresel faktörler, sosyo-kültürel faktörler şeklindedir (Tablo 22).

Tablo 23: Çiftlik Sahiplerinin Çiftlik Turizmi ile Hedeflediklerine İlişkin Kodlar

Çiftlik Karlılığı/ Ekonomik Faktörler	Çiftlik gelirlerinin dengelenmesi
	Çiftlik gelirlerinin arttırılması
	Çiftlik borçlarının azaltılması
	Yerel halkın yaşam kalitesini arttırmak
	Yerel ekonomiyi canlandırma
	İşgücü sağlama
	Kırsal alanların turizm ilgilerini arttırma
Dış Faktörler	Pazar fırsatlarını değerlendirme
	Sosyal bağ
	Müşterilerle iletişim
	Toplumu eğitmek
Hane halkı	Çiftlik sahipliğini ailede tutmak
	Çiftliği devam ettirme
	Aileyi birlikte tutma
	Aile ile birlikte bir şeyler yapma
Kişisel uğraş	İşletmecinin bireysel hobileri/ilgileri
	Kırsal yaşam tarzından zevk alma
	Emeklilik planları
	İşletmenin bağımsızlığını koruma
	Doğa ile ilgili daha çok şey öğrenme
	Benzer değerlere sahip insanlarla birlikte olmak
	Kafayı dinlemek
	Kişisel değerler
	Geçmişteki güzel günleri hatırlamak
Çevresel Faktörler	*Doğal kaynakların ve ekosistemin korunması*
	Ziyaretçilerin tarım ve doğa hakkında eğitilmesi
	Doğal güzelliği sunmak
Sosyo-kültürel Faktörler	*Kırsal mirası ve gelenekleri korumak*
	Ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşmak
	Ziyaretçilere rekreasyonel faaliyetler sunmak

İlk kategori olan ekonomik faktörler 4 kod içermektedir. Bunlar; çiftlik gelirlerinin arttırılması, yerel ekonomiyi canlandırma, işgücü sağlama ve kırsal alanların turizm ilgileri arttırma şeklindedir.

Çiftlik gelirlerinin arttırılması için farklılaştırmaya başvuran Karadeniz Bölgesinde KD ve KA çiftlik sahipleri iken, Marmara Bölgesinde MF ve MI çiftlik sahipleri olmuştur.

KA: *'Öncelikle böyle bir yerde çiftlik yaşamı kurmaktı. Daha sonra o yaşam içinde nasıl para kazanabiliriz'.*

İç Anadolu Bölgesinde İD çiftlik sahibi farklılaştırmaya gitme nedenlerinden birinin *yerel ekonomiyi canlandırma* olduğunu ifade etmiştir. Doğu Anadolu Bölgesinden DA çiftlik sahibi ile Marmara Bölgesinden MF çiftlik sahiplerinin hedefledikleri arasında *iş gücü sağlama* yer almaktadır.

İD: *'Tipik bir Anadolu köyünden oluşan beldemizi tarım turizmine kavuşturarak yerli halkın kalkınmasına katkıda bulunmak'.*

DA: 'Bu projeyle kırsalda azalan yaşam tekrar canlanıyor. İnsanlar, sağlık, ulaşım gibi nedenlerle büyük şehirleri tercih ediyorlar. Bu nedenle kırsaldaki iş gücü de azalmaktadır. Bu sayede kırsaldaki bağ ve bahçelerin üretimi artıyor. Verimliliği artıyor. Burada ki yaşayan insanlara destek oluyor'.

MF çiftlik sahibi ailesinin göçlere yabancı olmadığını, aile üyelerinin çoğunun çiftlikten başka şehirlere gidip yerleştiğini ve en büyük sıkıntısının ailesinden verdiği göçler olduğunu ifade etmiştir. Çiftçiliğin iş bölümü demek olduğunu ve ailenin sadece yaz aylarında bir araya gelebildiğini belirtmiştir.

Karadeniz Bölgesinde KO çiftlik sahibi ile İç Anadolu Bölgesinde İD çiftlik sahibi hedeflerinin arasında *kırsal alanlarının turizm ilgilerini arttırmanın* olduğunu ifade etmiştir.

Karadeniz Bölgesindeki KO çiftlik sahibi bu işten kazancının mutluluk ve dünyanın dört bir yanından dostlar olduğunu ve dünyanın farklı ülkelerinden yaklaşık 100 kişinin çiftliğinde kaldığını ifade etmiştir. Ayrıca Amasya'da kırsal alanlarda turizmi başlatmayı planladığını belirtmiştir.

İç Anadolu Bölgesinde İD çiftlik sahibi tipik bir Anadolu köyünden oluşan beldelerini tarım turizmine kavuşturmayı hedeflediğini belirtmiştir

İkinci kategori olan *dış faktörler* 3 kod içermektedir. Bunlar; pazar fırsatlarını değerlendirme, sosyal bağ ve müşterilerle iletişim şeklindedir.

Pazar fırsatlarını değerlendirme için farklılaştırmaya başvuran Doğu Anadolu Bölgesinde DA, İç Anadolu Bölgesinde İD ve Marmara Bölgesinde MI çiftlik sahipleri olmuştur. DA çiftlik sahibi kent hayatından, büyük şehirlerin stresinden bıkan insanların böyle yerler aradığını ve çiftliğe geldiklerinde bahçede çalışmanın, dut toplamanın, sebze ve meyveyi dalından koparıp yemenin çok hoşlarına gittiğini ifade etmiştir. Dolayısı ile Tatuta projesi ile bu fırsatın değerlendirilebileceğini belirtmiştir. İD çiftlik sahibi ise organik ceviz üretimini yıllardır yaptıklarını ve çiftlik turizmi ile gelen ziyaretçilerin kendi ihtiyaçlarını bahçelerinden diledikleri gibi toplayarak tüketmelerini sağladıklarını belirtmiştir. Marmara Bölgesinde MI çiftlik sahibi yıllardır çiftliğinde ekolojik tarım yaptığını ve çiftlik turizmi ile yurt içinden ve yurt dışından gönüllüleri ağırladığını ve hatta daimi müşterilerine evlerine döndükten sonra da ürettiği ürünleri kargoladığı ifade etmiştir.

Dış faktörlerden ikinci kod olan sosyal bağ kurma hedefini ise Ege Bölgesinde EA, Akdeniz Bölgesinde AF, Karadeniz Bölgesinde KA, KO çiftlik sahipleri benimsemiştir.

EA farklı deneyimlerin ve bu çiftlikte örülen, çoğalan yardımlaşma ve dayanışma ağının farklı mekânlara, farklı dağlara, sahillere, şehirlere ulaşmasının hedeflerinin arasında olduğunu ifade etmiştir.

AF çiftlik sahibi ise dünyanın dört bir tarafından gelen yeni insanlarla tanışmaktan mutluluk duyduğunu belirtmiştir.

KA: *'bireysel yaşamı tercih etmiş kişiler de olsak, yaşamımızı, gönüllü veya ücretli olarak sisteme gelen kişilerle paylaşmanın doğru olduğunu düşünüyoruz. Dünyanın her tarafından gelip konaklama birimlerimizde konaklayan, misafirlerimizle sağlıklı ve organik yemekler, yiyecekler sunuyoruz. Hepsinin de bir uzmanlık alanı olan bu kişilerden bilgiler alıp onlara yöre coğrafyası ve tarihi ile ilgili bilgiler aktarıp onları botanik, macera, kültür ve tarih yolculuklarına çıkarıyoruz'.*

*Dış faktörl*erden üçüncü kod olan *müşterilerle iletişim hedefin*i Karadeniz Bölgesinde KA, KO çiftlik sahipleri benimsemiştir.
KA: *'Dünyanın her yerinden insanlar tohumlar getirdiler. Çevresel bir iletişim ağı Tatuta ve gerçekten çok faydalı bu konuda'.*
KO: *'Bu işten kazancım mutluluk ve dünyanın dört bir yanından dostlar'.*

Üçüncü alt kategori olan *hane halkı*; *çiftlik sahipliğini ailede tutmak*, *çiftliği devam ettirme*, *aileyi birlikte tutmak* ve *aile ile birlikte bir şeyler yapma* kodlarını içermektedir.

Çiftlik sahipliğini ailede tutmak için çiftliği farklılaştırma yoluna giden Karadeniz Bölgesinde KA çiftlik sahibi, Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahibi olmuştur. Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahibi baba mirası toprağı devam ettirme kaygısı taşıdığını ve eko-turizmin bir kurtuluş olabileceğini ifade etmiştir.
Çiftliği devam ettirme amacıyla çiftliğini turizme açan çiftlik sahipleri ise Karadeniz Bölgesinde KA, Doğu Anadolu Bölgesinde DA, Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahipleri olmuştur.

Karadeniz Bölgesinde KA çiftlik sahibi İstanbul şehrinin çekilmez ve bunaltıcı yaşamını terk edip dede topraklarına dönmüş ve çiftliği devam ettirme amacıyla eko tarım ve tarım turizmine yönelmiştir.

Doğu Anadolu Bölgesinde DA çiftlik sahibi kırsalda yaşayan nüfusun gün geçtikçe azalmakta olduğunu ve buna bağlı olarak kırsalda çalışan insanların ve üretimin azaldığını belirtmiştir. Tarım turizmi sayesinde kırsaldaki bağ ve bahçelerin üretiminin ve veriminin artacağını ve çiftliklerin devamlılığının sağlanacağını düşünmektedir.

MF çiftlik sahibi tüm birikimini Ta-Tu-Ta ağıyla gelmesini umduğu gençlere aktarma isteği var ve onlara burada toprak sevgisini aktarmak istediğini belirtmiştir. Gençlerin gelmesini ve onunla birlikte yaptığı işleri yapmalarını istemektedir.

MF çiftlik sahibi, kızları da bu gençleri görsün, yaptıklarının kıymetini başka insanların o bahçeye verdikleri kıymetten görüp anlasın, ilerde onunla birlikte çalışsın istiyor. Sadece kızları değil, tüm adalılar da anlasın istiyor. Onun babasıyla yürüdüğü bu yol insanlığın yolu olsun, bereketlendirdikleri toprakla beraber insanların yüreği de yeşersin istiyor.

Aileyi birlikte tutma amacıyla bu projeye katılanlar ise Marmara Bölgesindeki MF çiftlik sahibi olmuştur. MF ailesinin göçlere yabancı olmadığını, kız kardeşinin evlenip yurt dışına yerleştiğini, ailenin büyük kızının da İstanbul'da yaşadığını, kardeşinin de yatılı şehir dışında okuduğunu ancak yazları bir araya gelebildiklerinden yakınmıştır. Ailede çiftçiliğe bakış açısının organik tarım ve tarım turizmi ile olumluya dönmeye başladığı ifade etmiştir.

Aile ile birlikte bir şeyler yapma amacını taşıyanlar ise Karadeniz Bölgesinde KA, Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahipleridir. MF çiftlik sahibi çiftçiliğin iş bölümü gerektirdiğini ve aile bir arada olduğu zaman bu iş bölümünün sağlanabildiğini ifade etmiştir. KA çiftlik sahibi çiftlikte tüm aile üyelerinin çalıştığını belirtmiştir.

Dördüncü alt kategori olan *kişisel uğraş* hedefi; *işletmecinin bireysel hobileri/ilgileri*, *kırsal yaşam tarzından zevk alma*, *benzer değerlere sahip insanlarla birlikte olmak*, *kişisel değerler* ve *geçmişteki güzel günleri hatırlamak* şeklinde kodlar içermektedir.

Ege Bölgesinde EA, Akdeniz Bölgesinde AF çiftlik sahiplerinin *bireysel hobileri* böyle bir projede yer almalarına yöneltmiştir. EA çiftlik sahibi 2007 de Kazdağı'nda kiralık bir alanda ekolojik kamp olarak kurduğu evi önce bir çiftliğe sonrada kendiliğinden bir öğrenme merkezine dönüştürmüştür. Kendi arazilerinde yaşamaya ve üretmeye devam ettiklerini ve amaçlarının barış içinde temiz bir dünyayı hemen şimdi yaşamak olduğunu ifade etmiştir. AF çiftlik sahibi doğaya ilişkin gözlemlerinden, permakültürden (sürdürülebilir tarım) ve organik tarımdan aldığı ilhamla, boş zamanlarında çiftlik işlerini yürüttüğünü belirtmiştir.

Karadeniz Bölgesinde KA, Doğu Anadolu Bölgesinde DA ve Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahipleri *kırsal yaşamdan zevk aldıkları* için çiftliklerini farklılaştırma yoluna başvurmuştur.

KA çiftlik sahibi,1992 yılında İstanbul şehrinin çekilmez be bunaltıcı yaşamını terkedip dede topraklarına geri dönmüş ve bu topraklarda işe önce ekotarım ve hayvancılıkla başlamışlardır.
KA: *'ilk modern "üzüm bağ"ı oluşmuştu bile. Sıra üzümsü meyvelere gelmişti. Hani dağlarımızda, yaylalarımızda boy ve meyve veren Meğovağ (Yaman Mersini), Frenk üzümü ve Coğ (Böğürtlen, Franbuaz) türlerine. Onların da kültürlerini fakat organik yolla yetiştirilen kültürlerini diktik arazinin bir bölümüne. Yeşil bitkiler için bostanlar kazılmış, Sera yavaş yavaş inşa edilmeye başlanmıştı bile. Artık gidip gelmeyle olacak işler değildi bunlar. Orada yaşanmalıydı ve bu amaçla ilk bungalov inşa edildi'.*

Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahibi çiftçilik yapmanın, toprakla uğraşmanın kapı kapı dolaşıp yetiştirilen ürünleri satmanın havalı bir meslek olduğunu ifade etmiştir.

Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahibi ise *benzer değerlere sahip insanlarla birlikte olmak* amacıyla tarım turizmine yönelmiştir. Bu çiftlik sahibinin en büyük hayali, pansiyon olarak kullandığı evi ile birkaç kilometre mesafedeki bahçe arasında bir eko – köprü kurmak. Kendisi gibi doğa aşığı insanları çatısı altında toplayarak, bahçe işleri için destek ve gelir elde etmek.

Çiftliklerini farklılaştırma hedeflerinden birinin *kişisel değerler* olduğu çiftlik sahipleri ise Ege Bölgesinde EA ve EP çiftlik sahipleridir. EA çiftlik sahibi Ekolojik Köylerin genel ortak özelliğinin aynı hayali gören insanların bir araya gelip 3-4 neslin yaşadığı özerk, bağımsız, gerçek demokrasilerin uygulandığı, barış ve saygının hakim olduğu, birlikte üretip, birlikte doydukları, üretim fazlasını satıp, diğer üreticilerle takasa giden, doğadan almaktan çok vermeyi, onarmayı düşünen, kendine yeten ortak tesislere bir yaşam örneği olarak ifade etmiştir. Çiftlik sahibi kendilerine dayatılan sisteme alternatif olarak "barış içerisinde, kolektif, sade ve

ekolojik yaşamı mümkün kılma adına bu işe girdiklerini belirtmiştir. EP çiftlik sahibi ise ormansızlaştırılan dünyayı yeniden ormanlaştırmak, topraklarını, sürdürülebilir ve kendi kendini yenileyebilen orman ekolojik sistemlerine dönüştürmek ve tüm balkonları, bahçeleri, tarlaları ormanlaştırmak amacıyla yola çıkmıştır. Tarlasının, bahçesinin orman olduğunu ve bir 'doğal ormanı sürmeden, yabani ot mücadelesi yapmadan, gübre vermeden, ot ve haşere ilaçlaması yapmadan nasıl sağlıklı bir ekosistem yaratılabiliniyorsa, sağlıklı bitkiler yetiştirilebiliniyorsa 'doğal orman'ı taklit eden 'doğal tarım' prensiplerine göre de, toprağı sürmeden, yabani ot mücadelesi yapmadan, ilaçsız gübresiz tarım yapılabilineceğini savunmaktadır.

Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahibi ise *geçmişteki güzel günleri hatırlama* amacıyla farklılaştırma yoluna gitmiştir.
MF: '*Babam ile beraber bahçeye eşya taşıdığımız bir tane merkebimiz vardı. Bahçeye gelince merkebi bırakırdık elbette. O da karnını doyurmak diye kaç sefer bizim ekmeğimizi yedi.. Hadi öğlen üstü yemeğe oturacağız ekmek yok. Hemen giderdik ve midye çıkarırdık denizden. Midye yerdik babamla beraber, doyururduk karnımızı.. Ya doğa doyuruyor aslında..'*.
MF çiftlik sahibi babasının tek tek her badem ağacını sevip okşayıp tek tek bademleri ayıkladığını ve Adadan ve ailesinden okumak için ilkokul biter bitmez ayrılıp ancak emekli bir profesör olduktan sonra toprakla hasretini giderebildiğini ifade etmiştir.

Beşinci alt kategori olan çevresel faktörler ise *doğal kaynakların ve ekosistemin korunması*, *ziyaretçilerin tarım ve doğa hakkında eğitilmesi* ve *doğal güzelliği sunmak* şeklinde olmak üzere 3 kod içermektedir.

Doğal kaynakların ve ekosistemin korunması amacıyla farklılaştırmaya başvuran çiftlik sahipleri ise Ege Bölgesinde EA, EM, EN, EP, Akdeniz Bölgesinde AB, AF, Karadeniz Bölgesinde KA, İç Anadolu Bölgesinde İD, Marmara Bölgesinde ise MF, MI ve ME çiftlik sahipleridir. EA çiftlik sahibi çevre sağlığına zarar verecek hiçbir kimyasal madde olmadığını, su ve sabunun yeterli temizliği sağladığını hatta kendi temizlik malzemelerini kendilerinin hazırladığını belirtmiştir. Kendi yaptıkları sabuna ilave olarak, bulaşıkta odun külü, çamaşırda kül suyu kullandıklarını ifade

etmiştir. Bu çiftlik sahibi hızlı ekolojik felakete gitmekte olan dünyanın dönüşümünün gerekli olduğunu savunmaktadır. Yaklaşmakta olan "ekolojik kıyametin" geçici yada yüzeysel çözümlerle değil ancak devrim niteliğindeki değişimlerle durdurulacağına yada geciktirileceğinin mümkün olduğuna inanmakta olup bu amaçla yola koyulduklarını belirtmiştir.

EM çiftlik sahibi bölgedeki kültürel ve çevresel faaliyetlerin büyük çoğunluğunda aktif rol almakla birlikte, bölgenin sürdürülebilirliği konusunu da önemsiyor. Bu çiftlik sahibi yaklaşık 30 yıldır caretta carettaların izlenmesi ve korunması çalışmalarında yerli ve yabancı üniversitelere gönüllü desteğini sürdürüyor. Aynı zamanda çiftliğin yanında bulunan Sığla Ormanı'nın gençleştirilmesi ve yaşatılması için de çalışmalar yürütüyor.

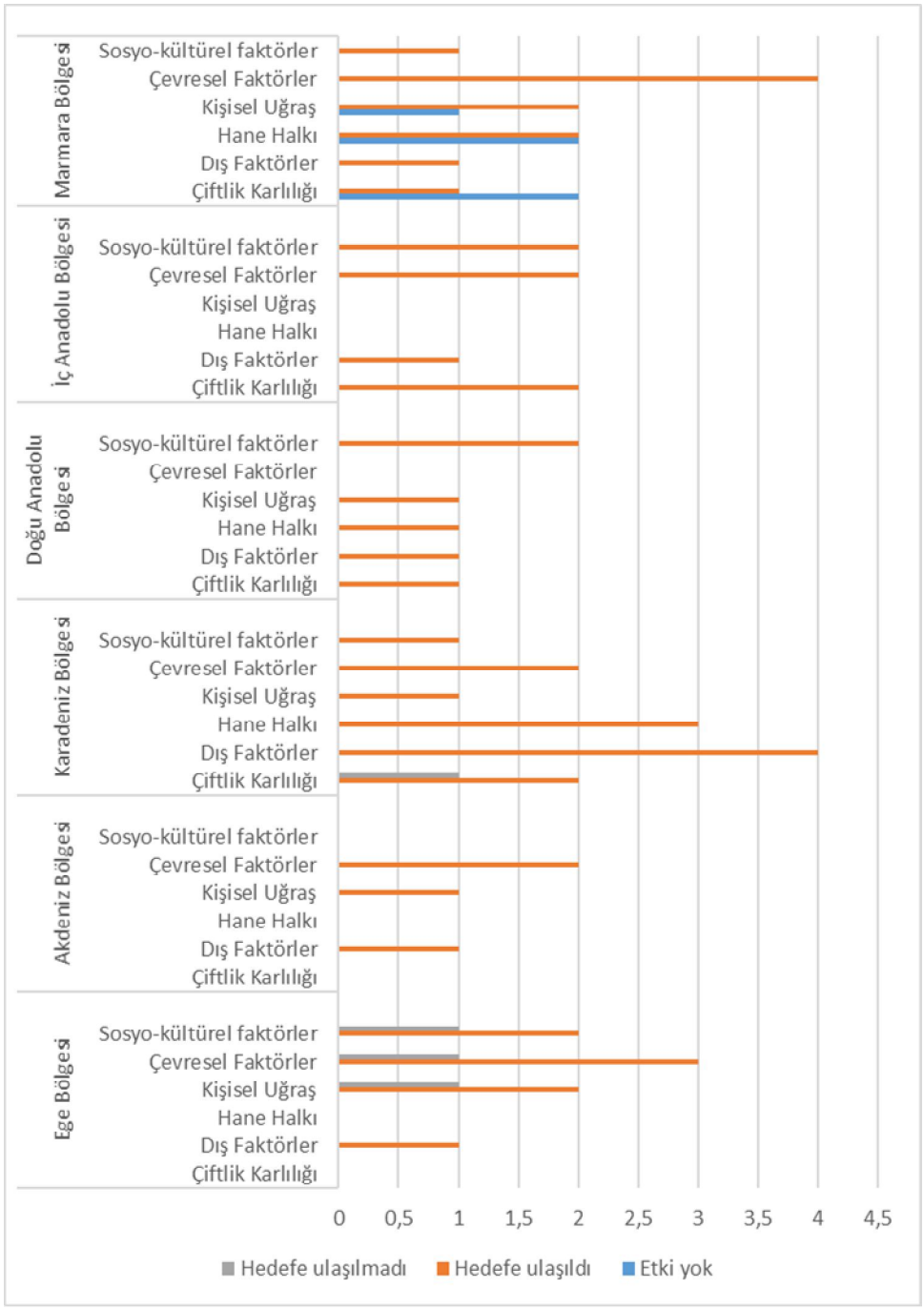
EN çiftlik sahibinin hedefleri arasında doğal çevrede var olan biyolojik çeşitliliği korumak, atıkları çevreye zarar vermeyecek şekilde doğaya geri kazandırmak, yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmek, ekolojik yaşamın kaybolan ve unutulan parçalarını yeniden hayata geçirmek ve bu deneyimleri yurtiçi ve yurtdışından gelen gönüllü ve konuklara "tarım turizmi" kapsamında sunmak yer almaktadır.

EP çiftlik sahibi kendi sözleriyle hedeflediklerini şöyle ifade etmiştir:
'kendi kişisel iç ekosistemimizden başlayarak, doğa ve insan ilişkileriyle örülen ekosistemlerimizin sürdürülebilir tasarımlarıyla, her canlının daha iyi hissederek yaşadığı dünyalar , ormanlar yaratmak..'.

Akdeniz Bölgesinde AB çiftlik sahibi, doğal tarımı ilke edinmiş bir aile olarak sürdürülebilir yaşam için ürettiklerini paylaşarak yaşadığını belirtmiştir. Bu çiftlik sahibi üretimlerinin doğal olduğunu ve haşerelere karşı kendi kültürel mücadelelerinin yanı sıra acı biber, sarımsak, kekik ve saf yağ-sabun bileşeninde hazırladıkları doğal mücadele yöntemleri kullandıklarını ifade etmiştir.

AP çiftlik sahibi ise doğaya ilişkin gözlemlerinden, permakültürden (sürdürülebilir tarım) ve organik tarımdan aldığı ilhamla, çiftlik işlerini yürüttüğünü belirtmiştir.

Şekil 12: Bölgesel Ölçekte Çiftliklerin Hedefledikleri ve Hedefe Ulaşma Durumları



KA çiftlik sahibi, geri dönüşüm, çevrecilik ve doğa koruma konularında azami özeni göstererek Kaçkar coğrafyasının ekosistemin en önemli bölgelerinden biri olduğunu bildiklerini ve hayallerini yitirmeyen insanların bunları bir gün gerçeğe

dönüştürebileceğini yaşayıp öğrendiklerinden böyle bir çiftlik oluşturma yoluna gittiklerini ifade etmiştir.

İç Anadolu Bölgesinde İD çiftlik sahibi sloganlarının, "Organik gıda tüketelim, doğayı koruyalım, sağlıklı kalalım ve sağlıklı nesiller yetiştirelim" olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda çocuklu aileleri çiftliklerinde misafir ederek çocukların öncelikle doğayla tanışmalarını, organik tarım ürünlerinin üretimini yerinde görmelerini ve gelecek yeni nesilleri oluşturacak bu çocukların sağlıklı beslenme, doğayı ve çevreyi koruma konusunda daha bilinçli olmalarını sağlama amacıyla bu işe koyulduklarını belirtmiştir.

MF çiftlik sahibi, ilaçsız, zehirsiz yaşatma çabasıyla, “kurt yaşamazsa sen de yaşayamazsın” diyerek köy pazarında kurtlu meyvelerini satmakta ve tüm birikimini Ta-Tu-Ta ağıyla gelmesini umduğu gençlere aktarma isteğindedir.
MI çiftlik sahibi ekolojik tarım hedefiyle işe başladığını belirtmiş ve ekolojik tarımda felsefesinin temiz gıda, temiz üretim olduğunu ve sanayide yapılan gübreyi, ilacı mecbur kalmadıktan sonra kullanmadığını ifade etmiştir.
ME çiftlik sahibi ise hedeflerinin sürdürülebilir yaşamı ve doğal üretimi diğerlerine anlatabilmek ve gösterebilmek olduğunu belirtmiştir.

Ziyaretçilerin tarım ve doğa hakkında eğitilmesi amacıyla farklılaştırmaya başvuranlar ise İç Anadolu Bölgesinde İD ve Marmara Bölgesinde ME çiftlik sahipleri olmuştur.

İç Anadolu Bölgesinde İD çiftlik sahibi, çocuklu aileleri çiftliklerinde misafir ederek çocukların öncelikle doğayla tanışmalarını, organik tarım ürünlerinin üretimini yerinde görmelerini ve gelecek yeni nesilleri oluşturacak bu çocukların sağlıklı beslenme, doğayı ve çevreyi koruma konusunda daha bilinçli olmalarını sağlamayı hedeflediklerini ifade etmiştir. Marmara Bölgesinde ME çiftlik sahibi ise hedeflerinin sürdürülebilir yaşamı ve doğal üretimi diğerlerine anlatabilmek ve gösterebilmek olduğunu belirtmiştir.

Karadeniz Bölgesinde KA çiftlik sahibi *doğal güzelliği sunma* amacını benimsemiştir.

KA: *'2007 de ilk misafirlerimizi kabul ettiğimiz zaman organik olan tüm yiyeceklerimizle birlikte, Kaçkarlarda bir ilk olan böylesi bir "doğal" yaşamı da sunuyorduk onlara'.*

Altıncı alt kategori olan sosyo-kültürel faktörler; *kırsal mirası ve gelenekleri korumak*, *ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşmak* ve *ziyaretçilere rekreasyonel faaliyetler sunmak* kodlarını içermektedir.

Kırsal mirası ve gelenekleri korumak amacıyla Ege Bölgesinde EA, EN, Doğu Anadolu Bölgesinde DB, Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahipleri çiftliklerini farklılaştırmışlardır. Ege Bölgesinde EA çiftlik sahibi, yüzyıllar öncesinden gelen bilgelik ve bilgiyle dolu insanlara hak ettikleri saygıyı gösterdiklerini ve bu mirasın bozulmadan korunması ve zenginleştirilerek sonraki kuşaklara aktarılması gerektiğine inandıklarını belirtmiştir. Bu yüzden yerel halkın eski kültürlerini ve hala sürdürülebilen yani bozulmadan günümüze kadar yaşayabilen geleneklerinin uygulama yöntemlerini öğrenip bunlardan faydalandıklarını ifade etmiştir. EN çiftlik sahibi hedeflediklerini şu şekilde ifade etmiştir;

'•*Unutulmuş ya da unutulmaya yüz tutmuş değerlerimizi, geleneklerimizi, göreneklerimizi, el sanatlarımızı yaşatmak ve geliştirmek,*

•*Ekolojik yaşamın kaybolan ve unutulan parçalarını yeniden hayata geçirmek,*

•*Bu deneyimleri yurtiçi ve yurtdışından gelen gönüllü ve konuklara "tarım turizmi" kapsamında sunmak amacındayız'.*

Doğu Anadolu Bölgesinde DB çiftlik sahibi, geleneksel kaşar ve gravyer yapımının halen sürdüğü bir çiftlik olup, peynir kültürünü belgelemek, yaşatmak ve gelecek nesillere aktarmak için çaba sarf etmektedir.

Marmara Bölgesinde MF çiftlik sahibi ise baba mirası toprağı devam ettirme amacıyla tarım turizmine yöneldiğini ifade etmiştir. *Ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşmak* amacını benimseyen çiftlik sahipleri ise Ege Bölgesinde EN,

Karadeniz Bölgesinde KA, İç Anadolu Bölgesinde İD çiftlik sahipleri şeklindedir. Ege Bölgesinde EN çiftlik sahibi, unutulmuş ya da unutulmaya yüz tutmuş değerleri, gelenekleri, görenekleri, el sanatlarını yaşatmak ve gelen ziyaretçilere sunma amacını taşıdığını belirtmiştir.
EN: *'Akdeniz mutfağının özelliklerini taşıyan sağlıklı yemeklerimizi odun ateşinde ve tandırda, yöresel ve geleneksel yöntemlerle hazırlıyor, konuklarımıza sunuyoruz. Ayrıca yine odun ateşinde hazırladığımız çay, kahve ve bitki çaylarını gün boyu, taze olarak ikram ediyoruz'*.

Karadeniz Bölgesinde KA çiftlik sahibi, yaşamlarını gelen ziyaretçilerle paylaşma amacında olduğunu ve bu yaşamı paylaşırken ortak paydalar olan geri dönüşüm, çevrecilik ve doğa koruma konularında azami özeni gösterdiklerini belirtmiştir.

İç Anadolu Bölgesinde İD çiftlik sahibi organik doğal ürünler çiftliğinde çok farklı ürünler ürettiğini (ceviz, badem, üzüm, elma, domates, yeşil fasulye, kuru fasulye, kavun ve karpuz) ve özellikle organik Kaman cevizini gerek Türkiye'de gerekse dünyada tanıtmak amacını taşıdıklarını belirtmiştir.

Ziyaretçilere rekreasyonel faaliyetler sunmak amacını benimseyen Doğu Anadolu Bölgesinde DA, İç Anadolu Bölgesinde İD çiftlik sahipleri olmuştur. DA çiftlik sahibi, kent hayatından, büyük şehirlerin stresinden bıkan insanların böyle yerler aradığını ve buraya geldiklerinde ise bahçede çalışmanın, dut toplamanın, sebze ve meyveyi dalından koparıp yemenin hoşlarına gittiğini belirtmiştir. İD çiftlik sahibi ise bahçelerinde çok farklı ürünler yetiştirdiklerini ve misafirlerin kendi ihtiyaçlarını bahçelerinden diledikleri gibi toplayarak tüketmelerini ve aynı zamanda ürünlerin nerede üretildiklerini görme fırsatı sunmak istediklerini ifade etmiştir.

Veri analizinde öncelikle iki ayrı kategori oluşturulmuştu. Bu kategorilerden ilki 'hedef' yani çiftlik sahiplerinin tarıma ek olarak turizme yönelmelerindeki hedefleri (Şekil 12) idi ve buna ilişkin analiz sonuçları yapıldıktan sonra ikinci kategori olan hedefe ulaşma durumları incelenmiştir. Bu kategori kendi içinde 3 alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; '*hedefe ulaşıldı'*, '*hedefe ulaşılmadı'* ve '*hedefe ulaşmada sıfır*

etki' şeklinde olmuştur. Hedefe ulaşan çiftlik sahipleri için her ulaşılan hedef, yeşil artı şeklinde gösterilmiştir. Hedeflediklerine ulaşamayan çiftlik sahipleri ise tabloda kırmızı artı ile gösterilmiştir. Turuncu renkteki artı ise hedeflere ulaşma konusunda tarım turizminin sıfır etkisini belirten çiftlik sahiplerini göstermektedir (Tablo 22).

Ege Bölgesinde faaliyet gösteren EA çiftlik sahibinin tarım sektöründe faaliyet gösterirken turizm faaliyetlerine başlamasındaki hedefleri sosyal bağ kurma, bireysel hobilerini devam ettirme, kişisel değerlere sahip çıkma, doğal kaynakların ve ekosistemin korunması ve kırsal mirasın ve geleneklerin korunması şeklindedir. Bu çiftlik sahibi sosyal bağ kurma ve bireysel hobilerini devam ettirme hedeflerine ulaşmakla birlikte kişisel değerlere sahip çıkma, doğal kaynakların ve ekosistemin korunması ve kırsal mirasın ve geleneklerin korunması hedeflerine ulaşamamıştır. EM çiftlik sahibi ise hedeflediklerinin doğal kaynakların ve ekosistemin korunması olduğunu ve bu hedefe ulaştıklarını ifade etmiştir. EN çiftlik sahibinin hedefledikleri arasında doğal kaynakların ve ekosistemin korunması, kırsal mirasın ve geleneklerin korunması ve ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşmak yer almaktadır. Bu çiftlik sahibi tüm bu hedeflere ulaştığını belirtmiştir. Ege Bölgesindeki EP çiftlik sahibinin hedefledikleri ise kişisel değerlere sahip çıkma ve doğal kaynakların ve ekosistemin korunması şeklindedir. Bu çiftlik sahibi de hedeflediklerine ulaştığını ifade etmiştir.

Akdeniz Bölgesinde faaliyet gösteren AB çiftlik sahibi çiftliğini farklılaştırmasının altında yatan neden doğal kaynakların ve ekosistemin korunmasıdır ve çiftlik sahibi bu hedefine ulaştığını belirtmiştir. AF çiftlik sahibinin hedefledikleri arasında sosyal bağ kurma, bireysel hobilerini devam ettirme ve doğal kaynakların ve ekosistemin korunması yer almaktadır. Bu çiftlik sahibi de tüm bu hedeflediklerine ulaştığını ifade etmiştir.

Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren KD çiftlik sahibinin hedeflediği şey ise çiftlik gelirlerini arttırmaktır. Ancak bu çiftlik sahibi bu hedefine ulaşamadığını belirtmiştir. KA çiftlik sahibinin farklılaştırma yoluna gitmesinde çiftlik gelirlerini arttırılması, sosyal bağ kurma, müşterilerle iletişim kurma, çiftlik sahipliğini elde

tutma, çiftliği devam ettirme, aile ile birlikte bir şeyler yapma hedefleri etkili olmuştur. Bunların yanı sıra, bu çiftlik sahibinin hedefledikleri arasında kırsal yaşam tarzından zevk alma, doğal kaynakların ve ekosistemin korunması, doğal güzelliği sunmak ve ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşmak yer almaktadır. KA tüm bu hedeflediklerine ulaştığını belirtmiştir. KO çiftlik sahibinin hedefleri arasında kırsal alanların turizm ilgilerini arttırma, sosyal bağ kurma ve müşterilerle iletişim kurma yer almakta olup bu çiftlik sahibi tüm bu hedeflerine ulaştığını ifade etmiştir.

Doğu Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren DA çiftlik sahibinin hedefledikleri arasında işgücü sağlama, pazar fırsatlarını değerlendirme, çiftliği devam ettirme, kırsal yaşamdan zevk alma ve ziyaretçilere rekreasyonel faaliyetler sunma yer almaktadır. Tüm bu hedeflediklerine, bu çiftlik sahibi ulaştığını belirtmiştir. DB çiftlik sahibinin hedeflediği şey ise kırsal mirası ve gelenekleri korumaktır ve DB bu hedefine ulaştığını ifade etmiştir.

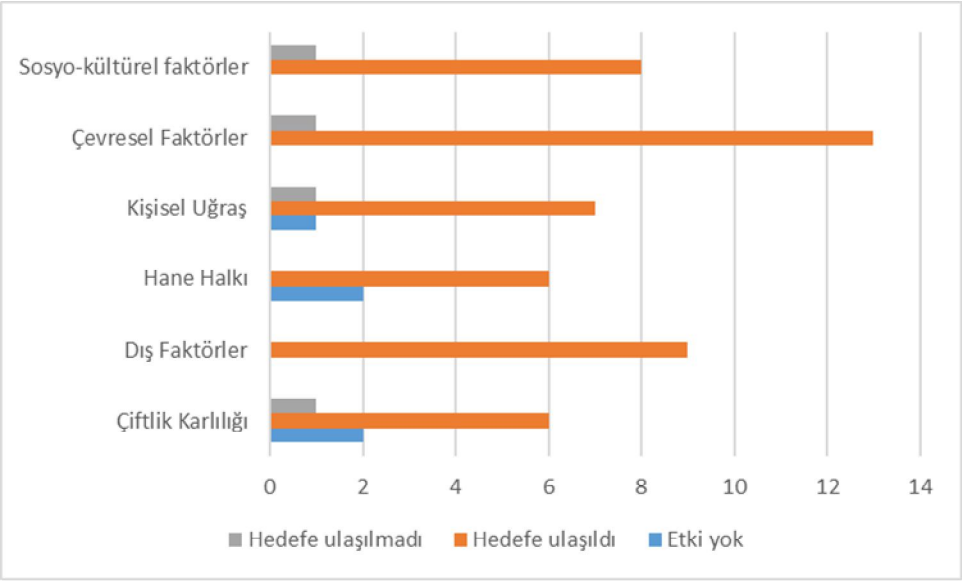
İç Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren İD çiftlik sahibinin hedefleri arasında yerel ekonomiyi canlandırma, kırsal alanların turizm ilgilerini arttırma, pazar fırsatlarını değerlendirme, doğal kaynakların ve ekosistemin korunması, ziyaretçilerin tarım ve doğa hakkında eğitilmesi, ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşmak ve ziyaretçilere rekreasyonel faaliyetler sunma yer almaktadır. Bu çiftlik sahibi tüm bu hedeflediklerine ulaşmakta olduğunu belirtmiştir.

Marmara Bölgesinde faaliyet gösteren MF çiftlik sahibinin hedefledikleri arasında çiftlik gelirlerinin arttırılması, işgücü sağlama, çiftlik sahipliğini ailede tutma, çiftliği devam ettirme, aileyi birlikte tutma, aile ile birlikte bir şeyler yapma, kırsal yaşamdan zevk alma yer almaktadır. Ayrıca, benzer değerlere sahip insanlarla birlikte olma, geçmişteki güzel günleri hatırlama, doğal kaynakların ve ekosistemin korunması ve kırsal mirası ve gelenekleri koruma hedefledikleri arasındadır. Çiftlik sahipliğini ailede tutma, çiftliği devam ettirme, kırsal yaşamdan zevk alma, geçmişteki güzel günleri hatırlama, doğal kaynakların ve ekosistemin korunması ve kırsal mirası ve gelenekleri koruma hedeflerine ulaştığını ifade etmiştir. Çiftlik

gelirlerinin arttırılması, işgücü sağlama, aileyi birlikte tutma, aile ile birlikte bir şeyler yapma, benzer değerlere sahip insanlarla birlikte olma hedeflerine ulaşmada ise bu çiftlik sahibi çiftlik turizminin herhangi bir etkisinin olmadığını ifade etmiştir. MI çiftlik sahibinin hedefledikleri arasında çiftlik gelirlerinin arttırılması, pazar fırsatlarını değerlendirme, doğal kaynakların ve ekosistemin korunması yer almaktadır. Bu çiftlik sahibi tüm bu hedeflediklerine ulaşmakta olduğunu belirtmiştir. ME çiftlik sahibi ise çiftlik turizmi ile doğal kaynakların ve ekosistemin korunmasını ve ziyaretçilerin tarım ve doğa hakkında eğitilmesini hedeflemekle birlikte tüm bu hedeflere ulaştığını ifade etmiştir.

Türkiye genelinde çiftliklerin hedeflediklerine ulaşma düzeyleri incelendiğinde genel olarak çiftlik sahiplerinin amaçlarına ulaştıkları görülmektedir (Şekil 13). Çiftlik sahiplerinin çiftlik turizmi bağlamında farklılaştırmaya gitmelerinde itici güçlerden en fazla dile getirilen gücün çevresel faktörler olduğu görülmektedir. Çevresel faktörlerden sonra en fazla dile getirilen hedefler sırasıyla dış faktörler, sosyo-kültürel faktörler, kişisel uğraşlar, çiftlik karlılığı ve hane halkı olmuştur.

Şekil 13: Türkiye Genelinde Çiftliklerin Hedeflediklerine Ulaşma Düzeyleri



Çevresel amaçlar doğrultusunda çiftlik sahiplerinin 14 tanesi bu hedefi benimsemiş ve 13 çiftlik sahibi bu hedeflerine ulaştığını belirtmiştir. 9 çiftlik sahibi dış faktörler

yani pazar fırsatlarını değerlendirme, sosyal bağ kurma ve müşterilerle iletişim kurma hedeflerini benimsemiş ve bu çiftlik sahiplerinin tümü bu hedeflerine ulaştığını ifade etmiştir.

9 çiftlik sahibi sosyo-kültürel faktörleri yani kırsal mirası ve gelenekleri koruma, ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşma ve ziyaretçilere rekreasyonel faaliyetler sunma amacını belirtmiş ve bu çiftlik sahiplerinden 8'i amaçlarına ulaştığını 1 kişi de amacına ulaşamadığını ifade etmiştir.

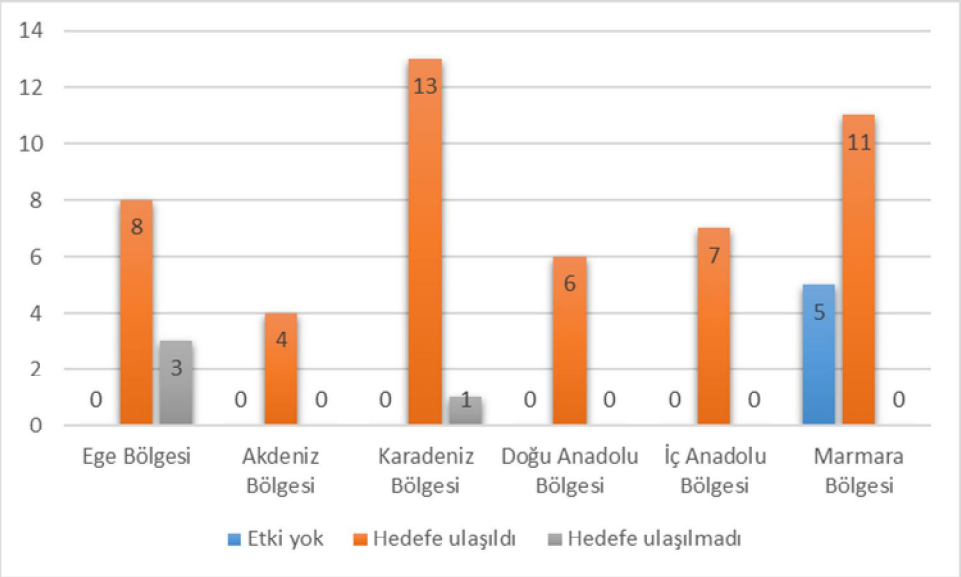
9 çiftlik sahibi kişisel uğraş yani bireysel hobileri yapma, kırsal yaşamdan zevk alma, benzer değerlere sahip insanlarla birlikte olma, kişisel değerler ve geçmiş güzel günleri hatırlama amacıyla bu farklılaştırmayı yapmışlardır. 7 çiftlik sahibi bu amaçlara ulaşırken, 1 kişi bu amaçlarına ulaşamadığını, 1 çiftlik sahibi de yapılan farklılaştırmanın kişisel uğraş bağlamında herhangi bir etkisinin olmadığını ifade etmiştir.

Çiftlik turizminin çiftlik karlılığı bakımından olumlu katkı sunduğu görülmektedir. 6 farklı çiftlik sahibi bu konuda olumlu görüş bildirmiştir. 2 çiftlik sahibi ise çiftlik turizmi bakımından farklılaştırmalarının çiftlik karlılığına herhangi bir etki etmediğini belirtmiştir. Bir çiftlik sahibi ise çiftlik karlılığını arttırma hedefine ulaşamadığını ve 2 kişi de herhangi bir etkinin olmadığını ifade etmiştir.

Hane halkı yani çiftlik sahipliğini ailede tutma, çiftliği devam ettirme, aileyi birlikte tutma ve aile ile birlikte bir şeyler yapma amacıyla farklılaştırmaya başvuran toplam 8 çiftlik bulunmaktadır. Bu çiftlik sahiplerinden 6 tanesi hedeflerine ulaştığını, 2 tanesi de bu farklılaştırmanın bu bağlamdaki hedeflerine ulaşmada herhangi bir etkisinin olmadığını belirtmiştir.

Bölgesel ölçekte değerlendirildiğinde ziyaretçiler tarafından en fazla olumlu ve olumsuz şekilde değerlendirilen çiftliklerin kendi hedefleri açısından sahip oldukları başarı algıları Şekil 14'te gösterilmektedir.

Şekil 14: Bölgelerin Genel Başarı Algıları



Genel olarak tüm bölgelerdeki (Güney Doğu Anadolu Bölgesi hariç) çiftlik sahipleri hedeflediklerine ulaşmış görünmektedir. Ege Bölgesinde 3 ve Karadeniz Bölgesinde de 1 çiftlik sahibi bir hedefe ulaşamadıklarını belirtmiştir. Marmara Bölgesinde ise sadece 5 çiftlik sahibi hedeflere ulaşmada çiftliklerini farklılaştırmanın herhangi bir etkisinin olmadığını ifade etmiştir. Bunların haricinde her bölgedeki çiftlik sahiplerinin başarı algısı yüksek görünmektedir.

SONUÇLAR VE TARTIŞMA

Türkiye'nin tüm bölgelerindeki çiftlikleri (Güneydoğu Bölgesi hariç) ziyaret edenlerin çiftlik turizm deneyimlerinin genellikle olumlu olduğu görünmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenler, deneyimlerine ilişkin herhangi bir yorumda bulunmamıştır. Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki çiftlikler haricinde tüm Türkiye genelindeki diğer bölgelerde faaliyet gösteren çiftlikleri ziyaret edenlerin, çiftlik turizmi deneyimlerinin genel olarak olumlu olduğu ortaya çıkmıştır.

Karadeniz Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumları incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla beğenilen özellik sırasıyla *misafirperverlik*, *çiftliklerin konumu* ve *tarım* ile ilgili ziyaretçilerin bir şeyleri öğrenebilmesi olmuştur.

Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla *olumsuz* şekilde eleştirilen özellik çiftlik sahiplerinin *yabancı dil yeterliliği* olurken, ziyaretçiler ev sahiplerinin yabancı dil bilgisinin yetersiz olduğunu ve bunun sıkıntılar doğurduğundan bahsetmiştir. Ziyaretçilerin memnuniyetsiz kaldığı diğer bir özellik fiziksel şartlardan *çiftlik evlerinin* durumu olmuştur. Ziyaretçiler çiftlik evinin fiziksel şartlar açısından iyi olmadığını ifade etmiştir.

İç Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumları incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Hem değerlendirme yapılan çiftlik sayısı hem de değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayıları olumlu kategoride daha fazladır.

İç Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *en fazla beğenilen* özellik çiftlik sahiplerinin *misafirperverlikleri* ve çiftliklerin bulunduğu

konum olmuştur. Bunların ardından en fazla beğenildiği ifade edilen özellik *çiftliklerin durum*u ve *iş yükünün hafif oluşu* olmuştur.

İç Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla *olumsuz* şekilde eleştirilen özellik iş yükünün ağır olmasıdır. Ziyaretçilerin memnuniyetsiz kaldığı diğer bir özellik iletişim becerilerinden çiftlik sahiplerinin yabancı dil bilgileri olmuştur.

Marmara Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumları incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Hem değerlendirme yapılan çiftlik sayısı, hem de değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayıları olumlu kategoride daha fazladır.

Marmara Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *en fazla beğenilen* unsur ziyaretçilerin bulundukları çiftliklerde tarım ile ilgili bilgi kazanımı olmuştur. Marmara Bölgesinde en fazla beğenilen diğer özellik çiftlik sahiplerinin misafirperverlikleri olmuştur. Misafirperverliğin ardından ziyaretçilerin bulundukları çiftliklerde en çok beğendiği diğer unsur, çiftliklerde ziyaretçilere sunulan yiyecekler olmuştur.

Marmara Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *olumsuz* şekilde eleştirilen özellikler çiftlik sahiplerinin *yabancı dil yeterliliği*, çiftliklerde *iş yükünün sınırlı* oluşu ve çiftlik sahiplerinin *paylaşmaya isteksizlikleri* olmuştur.

Ege Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumları incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Ege Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla beğenilen özellik *misafirperverlik* olurken, misafirperverliğin ardından en çok beğenildiği ifade edilen özellik *tarım* ile ilgili

ziyaretçilerin bir şeyler öğrenebilmesi olmuştur. Ege Bölgesindeki çiftliklerde en fazla beğenilen özelliklerden bir diğeri ziyaretçilere sunulan *yiyecekler* olmuştur.

Ege Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla eleştirilen özellik çiftlik işletmecilerinin yabancı dil yeterliliği olurken, çiftlik işletmecilerinin yabancı dil yeterliliğinin ardından en fazla ziyaretçiler tarafından eleştirilen özellik çiftliklerdeki iş yükünün sınırlılığı olmuştur. İş yükünün uzunluğu, tarım ile ilgili pek fazla bilgi kazanımının gerçekleşmemesi ve çiftlik yolunun durumunun iyi olmamasına dair olumsuz eleştiriler yapılmıştır.

Akdeniz Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumları incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Akdeniz Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla eleştirilen unsur çiftliklerdeki iş yükünün ağırlığı olurken, iş yükünün ağırlığının ardından en fazla eleştirilen unsur çiftlik sahiplerinin ziyaretçilere yönelik dostça olmayan davranışlarıdır.

Akdeniz Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından en fazla beğenilen unsur çiftliklerde sunulan yiyecekler olurken, çiftliklerde sunulan yiyeceklerin ardından en çok beğenildiği ifade edilen özellik çiftlik sahiplerinin misafirperverlikleri olmuştur. Akdeniz bölgesinde en çok beğenilen özelliklerden bir diğeri de çiftliklerde ziyaretçilerin tarım ile ilgili yeni şeyler öğrenebilmesi olmuştur. Ziyaretçiler ayrıca bazı çiftliklerin konumunu beğendiğini ifade etmiştir.

Doğu Anadolu Bölgesindeki çiftlikleri ziyaret edenlerin memnuniyet durumları incelendiğinde, genel olarak olumlu değerlendirilmeler yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar çiftliklerle ilgili olumsuz eleştiriler yapılsa da bu eleştirilerin sayısı olumlu eleştirilere nazaran oldukça azdır. Hem değerlendirme yapılan çiftlik sayısı hem de değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayıları olumlu kategoride daha fazladır.

Doğu Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *en fazla beğenilen* unsur çiftliklerin bulunduğu bölge olmuştur. Doğu Anadolu Bölgesinde en fazla beğenilen diğer özellikler; çiftlik sahiplerinin misafirperverlikleri ve yardımsever oluşları, çiftliklerin konumu ve çiftliklerde sunulan yiyecekler olmuştur.

Doğu Anadolu Bölgesinde faaliyet gösteren çiftliklerde ziyaretçiler tarafından *olumsuz* şekilde eleştirilen özellikler çiftlik sahiplerinin *yabancı dil yeterliliği*, çiftliklerde *çalışma saatlerinin uzun* oluşu ve çiftliğin *yolunun uzun olması* şeklindedir.

Genel olarak bakıldığında Türkiye genelindeki örneklem kapsamındaki çiftlikler dâhilinde ziyaretçiler tarafından en fazla beğenilen özellik çiftlik sahiplerinin misafirperverliği olmuştur. Türkiye'nin misafirperverlik odaklı imajının uygulamada çiftlik sahipleri tarafından ne kadar güzel bir şekilde sergilendiği bu çalışma sayesinde ortaya çıkmıştır.

Misafirperverliğin ardından en fazla olumlu şekilde bahsedilen ikinci özellik ziyaretçilere çiftliklerde sunulan yiyecekler olmuştur. Bu sonuç da dünya mutfakları arasında Türk mutfağının zenginliği ve de ne kadar beğenildiğini doğrular niteliktedir. Olumlu değerlendirmeler bağlamında en çarpıcı diğer unsur ise çiftliklerin bulunduğu konum olmuştur.

Tüm çiftliklere yönelik olumsuz değerlendirmeler incelendiğinde birkaç unsurda dikkat çeken eleştiriler gelmiştir. Neredeyse tüm çiftlik sahiplerinin yabancı dil yeterliliğinin olmayışına dair ziyaretçiler tarafından eleştiri yapılmıştır. Bu durumun gelen ziyaretçiler için oldukça sıkıntı yarattığı ortaya çıkmıştır.

En fazla eleştirilen diğer özellik ise çiftliklerdeki iş yükü ile ilgilidir. Bazı ziyaretçiler çalışma saatlerinin uzunluğu, bazı ziyaretçiler yapılan işin ağır oluşunu ve bazıları da yapılan işlerin sınırlığını eleştirmiştir. Ancak ağırlıklı olarak ziyaretçiler iş yükünün ağırlığından şikâyetçi olmuşlardır. Çiftliklerin bazı fiziksel

şartları da olumsuz değerlendirilmiştir. Çiftlik evlerinin ve çiftlik yollarının durumu eleştirilen diğer unsurlardandır. Son olarak her ne kadar olumlu yorumlar arasında çiftlik sahiplerinin misafirperverliği ağırlık taşısa da bazı ziyaretçiler bazı çiftlik sahiplerinin kaba davranışlarından rahatsız olmuştur.

Ziyaretçiler açısından çiftlik turizm deneyimleri incelendiğinde genel anlamda olumlu değerlendirmeler olduğu görülmüştür. Diğer taraftan bu ziyaretçilere hizmet veren çiftlik sahiplerinin çiftlik turizmi deneyimleri incelendiğinde genel anlamda olumlu değerlendirmeler yapıldığı görülmüştür. Bölgesel ölçekte değerlendirildiğinde çiftliklerin kendi hedefleri açısından sahip oldukları başarı algılarının yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Genel olarak tüm bölgelerdeki (Güney Doğu Anadolu Bölgesi hariç) çiftlik sahipleri hedeflediklerine ulaşmış görünmektedir. Ege Bölgesinde 3 ve Karadeniz Bölgesinde de 1 çiftlik sahibi bir hedefe ulaşamadıklarını belirtmiştir. Marmara Bölgesinde ise sadece 5 çiftlik sahibi hedeflere ulaşmada çiftliklerini farklılaştırmanın herhangi bir etkisinin olmadığını ifade etmiştir. Bunların haricinde her bölgedeki çiftlik sahiplerinin başarı algısı yüksektir. Çiftlik sahipleri ile ziyaretçilerin çiftlik turizm deneyimlerinin örtüştüğü söylenebilir. Her ne kadar ziyaretçilerin kaldıkları çiftliklerle ilgili olumsuz deneyimleri olsa da bu olumsuzluklar olumlu deneyimlerle karşılaştırıldığında çok az denilebilecek düzeydedir. Sonuç olarak çiftlik sahiplerinin ve bu çiftlikleri ziyaret edenlerin çiftlik turizm deneyimlerinin olumlu olduğu söylenebilir. Ancak bu sonuç Türkiye'deki tüm çiftlik turizmi işletmecileri ve tüm bu çiftlikleri ziyaret edenler için genellemez. Bu sonuç araştırma kapsamında olan örneklem grubu için geçerlidir. İlerleyen çalışmalarında farklı örneklem gruplarının üzerinde bu durumun geçerli olup olmadığı araştırılabilir.

Türkiye genelinde çiftliklerin hedeflediklerine ulaşma düzeyleri incelendiğinde genel olarak çiftlik sahiplerinin amaçlarına ulaştıkları görülmektedir. Çiftlik sahiplerinin çiftlik turizmi bağlamında farklılaştırmaya gitmelerinde itici güçlerden en fazla dile getirilen gücün çevresel faktörler olduğu görülmektedir. Çevresel faktörlerden sonra en fazla dile getirilen hedefler sırasıyla dış faktörler, sosyo-kültürel faktörler, kişisel uğraşlar, çiftlik karlılığı ve hane halkı olmuştur.

Çevresel amaçları yani doğal kaynakların ve ekosistemin korunması, ziyaretçilerin tarım ve doğa hakkında eğitilmesi ve doğal güzelliği sunma amaçlarını benimseyen çiftlik sahipleri oldukça fazla olup neredeyse hepsi bu amaçlarına ulaşmıştır.
Çevresel amaçlardan sonra en fazla belirtilen hedef dış faktörler yani pazar fırsatlarını değerlendirme, sosyal bağ kurma ve müşterilerle iletişim kurmadır. Bu hedefleri benimsemiş olan çiftlik sahiplerinin tümü bu hedeflerine ulaştığını ifade etmiştir.

Dış faktörlerden sonra çiftlik sahipleri tarafından en fazla belirtilen unsur sosyo-kültürel faktörlerdir. Yani kırsal mirası ve gelenekleri koruma, ziyaretçilerle kültürel ve doğal mirası paylaşma ve ziyaretçilere rekreasyonel faaliyetler sunma amacını belirten çiftliklerden bir tanesi hariç hepsi amacına ulaştığını ifade etmiştir.

Kişisel uğraş yani bireysel hobileri yapma, kırsal yaşamdan zevk alma, benzer değerlere sahip insanlarla birlikte olma, kişisel değerler ve geçmiş güzel günleri hatırlama amacıyla çiftlik turizmine yönelen çiftlik sahiplerinin bir tanesi hariç hepsi hedeflerine ulaştığını ifade etmiştir. Sadece bir çiftlik sahibi yapılan farklılaştırmanın kişisel uğraş bağlamında herhangi bir etkisinin olmadığını belirtmiştir.

Çiftlik turizminin çiftlik karlılığı bakımından yani çiftlik gelirlerinin arttırılması, yerel ekonomiyi canlandırma, işgücü sağlama ve kırsal alanların turizm ilgilerini arttırma bağlamında genel olarak olumlu katkı sunduğu görülmüştür. Altı farklı çiftlik sahibi bu konuda olumlu görüş bildirmiştir. Bir çiftlik sahibi ise çiftlik karlılığını arttırma hedefine ulaşamadığını ve iki kişi de herhangi bir etkinin olmadığını ifade etmiştir.

Hane halkı yani çiftlik sahipliğini ailede tutma, çiftliği devam ettirme, aileyi birlikte tutma ve aile ile birlikte bir şeyler yapma amacıyla farklılaştırmaya başvuran toplam 8 çiftlik bulunmaktadır. Bu çiftlik sahiplerinden 6 tanesi hedeflerine ulaştığını, 2 tanesi de bu farklılaştırmanın bu bağlamdaki hedeflerine ulaşmada herhangi bir etkisinin olmadığını belirtmiştir.

Literatür incelendiğinde insanları farklılaştırmaya iten güçlerle ilgili farklı bakış açıları mevcuttur. Bu itici güçlerin neler olduğu ile ilgili yabancı literatürde sayıca fazla çalışma bulunurken, Türkiye'de bu konuda yapılan çalışmaların çok sınırlı olduğu fark edilmiştir. Yapılan bu çalışma bu bağlamda literatüre önemli katkı sunmaktadır. Ayrıca bu çalışmanın sonuçları ile başka ülkelerde yapılan sonuçların karşılaştırılması açısından da bu çalışma fayda sağlamıştır. Bu çerçevede ilk olarak Avrupa ülkelerinde uygulanan çiftlik turizminin ortak ile Türkiye'deki çiftlik turizminin özellikleri karşılaştırıldığında benzer özelliklerin yanında farklılıkların da olduğu görülmüştür. Avrupa'da 9 ülkede çiftlik turizminde geceleme sayılarının az olduğu ileri sürülmüştür. Türkiye'de araştırma kapsamındaki çiftliklerden elde edilen veriler dahilinde çiftliklerdeki geceleme sayıları ülke genelindeki geceleme sayıları ortalamasının oldukça üstündedir. Avrupa'daki 9 ülkede çiftlik turizminin genel turizm pazarına katkısı Türkiye'de olduğu gibi oldukça azdır. Avrupa Birliği bağlamında ortak bir çiftlik turizmi anlayışı olmamakla birlikte, çiftlik turizminin operasyonel anlamda ortak bir tanımı yapılmamıştır ki bu durum Türkiye için de geçerlidir. Slavic ve Schmitz (2013: 268)'e göre Avrupa ülkelerinde çiftlik turizm işletmesinin kurulmasında birçok ortak itici güç bulunmaktadır. Bunlar; çiftliğe sürekli gelir sağlama, mevcut sermayenin ihtiyatlı kullanımı, sosyalleşmenin sağlanması, şeklindedir. Yapılan bu tez çalışmasında da çiftlik turizmine yönelimde farklı itici güçlerin olduğu görülmüştür. Yine aynı çalışmada yeni iletişim araçları özellikle web siteleri ve merkezi kayıt sisteminin çiftlik turizmini daha geniş pazarlara yakınlaştırmakta olduğu ifade edilirken, Türkiye de bu sisteme yakın zamanda kayıt olmuştur. Türkiye, dünya genelinde faaliyet gösteren WWOOF sistemine dahil olmuş ve WWOOF'a direkt bağlı TATUTA sistemini kurmuştur. Türkiye'deki tüm çiftlik turizm işletmeleri internet üzerinden direkt erişimin olduğu bu sisteme üye olmuştur. Türkiye'deki çiftlik sahipleri bu sistem üzerinden tüm dünya ülkelerinden ziyaretçileri kabul etmeye başlamıştır.

Literatürde çiftlik turizminin hem çiftliğe, hem çiftlik işletmecisine, hem de çevredeki topluluğa ve genel olarak topluma çok fazla faydalar sağladığı ileri sürülmüştür. Bu çalışma çiftlik turizminin bu faydalarını doğrulamıştır.

Çiftlik turizmi tarımdaki işçi sıkıntısı ve tarımdaki pazar kısıtlılığının giderilmesinde bir alternatif olarak görülmektedir. Çiftlik turizmi tarımda çalışan ailelerin gelirlerine olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Bu çalışma Türkiye'deki çiftlik sahiplerinin de çiftlik turizmini bu yönde bir alternatif olarak gördüğünü ve olumlu katkılar sağladığını göstermiştir.

Literatürde yapılan çalışmalar çiftlik turizminin doğal çevrenin korunmasında önemine vurgu yaparken, Türkiye'de faaliyet gösteren çiftlik turizmi işletmelerinin de benzer görüşe sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Çiftlik turizminin kırsal yaşamın sürdürülmesinin sağlanması, yerel geleneklerin korunarak farkındalığının arttırılması, yöreye özgü kültürel özelliklerin korunması ve ürün üretimi ile ilgili yöreye özgünlüğün korunması gibi bazı faydalar sağlamaktadır. Yapılan bu tez çalışması bu faydaları doğrular niteliktedir.

Çiftlik bazında ise çiftlik turizmi ürün hasatının düşük olduğu veya ürün fiyatlarının düşük olduğu dönemlerde çiftlik sahibi ailelerin, ek ve yardımcı gelir sağlamaları konusunda yardımcı olabilmektedir. Yapılan bu çalışma çiftlik turizminin çiftlik sahiplerine ek gelir sağladığını ancak bu gelirin çok olmadığını ortaya çıkarmıştır. Bu durum, çiftliklerin yatak kapasitesinin sınırlı olmasına ve de çiftlik sahiplerinin belirli dönemlerde, az sayıda ziyaretçi kabul etmelerine bağlanabilir.

Çiftlik turizmi aileye işçi tedarikinde yardımcı olmaktadır. Özellikle Türkiye'de kırsal kesimde genç nüfusun şehirlere göç etmesiyle başlayan işçi sıkıntısının giderilmesinde çiftlik sahipleri çiftlik turizmi bir alternatif olarak değerlendirmektedir. Ancak gelen gönüllülerin çalışma saatlerinin uzunluğu ve iş yükünün ağırlığı konusunda bazı düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Çiftlik turizminin çevre üzerine olumlu veya olumsuz etkileri olduğuna dair çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Mastronardi vd., (2015;10)'ne göre çiftlik turizmi üzerine faaliyet gösteren çiftlikler bioçeşitlilik, çevre ve doğal kaynaklar ile ilgili daha

sürdürülebilir teknikler kullanmakta ve bu, tarımın çevre üzerine olan olumsuz etkisini azaltıcı bir etki yaratmaktadır. Çiftlik turizmi sürdürülebilirliğin sağlanmasına ve çevrenin korunmasına yardımcı olmaktadır. Bu çalışma birçok çiftlik sahibinin bu amaçla bu farklılaştırmaya başvurduklarını ve de bu amaçlarına ulaştıklarını ortaya çıkarmıştır.

Çiftlik turizmi, çiftlik işletmecisine ve ailesine çiftçiliği yapmaya devam etmeleri, kırsalda yaşamaya devam etme ve kırsal yaşam tarzından keyif alınmasının sağlanması konusunda yardımcı olarak çiftlik işletmesinin ayakta kalabilmesine ve de çiftlik sahipliğinin ailede kalmasına yardımcı olmaktadır. Türkiye'deki çiftliklerde de benzer amaçlar benimsenmiş olsa da kırsalda yaşamaya devam etme konusunda hala uğraş verilmekte olduğu görülmüştür. Özellikle çiftçilik mesleğinin toplumsal algısının olumsuz yönde olmasına karşın organik tarım aracılığıyla çiftlik turizminin bu durumu olumluya çevirmeye başladığı ortaya çıkmıştır. Ancak genç aile üyelerinin kırsal alana geri dönüp çiftliklerde çalışmaları için belirli bir zamanın gerekli olduğu söylenebilir. Çiftlik turizmi çiftlik dışı işte çalışma gerekliliğini azaltarak, genç aile bireylerine iş fırsatları yaratabilmektedir. Bu sayede de, genç nüfusun kırsal alanda muhafaza edilmesini sağlayabilmektedir.

Getz ve Carlsen (2000) Avustralyalı çiftçiler arasında çiftlik turizmine yönelim amaçları içerisinde en önemli amacın yaşam tarzı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çek Cumhuriyeti'nde çiftlik turizmine katılmada en önemli itici güç ekonomik unsurlar (Pilar vd., 2012) iken, Kanadalı çiftçiler üzerinde yapılan çalışmada, çiftlik turizmin benimsenmesinde yalnızca ekonomik çıkarların olmadığı ortaya çıkmıştır (Barbieri, 2010:15). Yapılan bu çalışmada çiftlik turizmine yönelim amaçları içerisinde en önemli amacın çevresel unsurlar olduğu ortaya çıkmıştır.

Literatür incelendiğinde, bireylerin çok farklı amaçları olduğu ve bu amaçların bireyler arasında farklı hiyerarşide organize edildiği ifade edilmektedir. Bundan dolayı, çiftçilerin farklı farklılaştırma amaçlarına farklı düzeylerde önem atfettikleri literatürde ileri sürülmüştür. Bu çalışmada her ne kadar çiftlik sahiplerinin çiftlik turizmine yönelim amaçları içerisinde en önemli amaç çevresel unsurlar olsa da tek

amaç bu değildir. Her bir çiftlik işletmesi farklı amaçlar belirtmiştir ve bu amaçların önem derecesi çiftlik sahiplerine göre değişmektedir.

Çiftlik turizminin çevreye olabilecek olumsuz etkilerini azaltmak için çevre dostu uygulamaların benimsenmesi fayda sağlayabilir. Özellikle organik tarım uygulamaları tarımın çevre üzerine olumsuz etkilerini azaltıcı bir rol oynayabilir ve çiftlik turizmi organik tarım gibi sürdürülebilir üretim modellerinin yayılmasında katkı sağlayabilir. Türkiye'deki çiftlik turizmi uygulamasının, bu bağlamda önemli katkılar sunduğu görülmüştür.

ÖNERİLER

Çiftliklerde belirli bir süre geçiren ziyaretçilerin çiftlik turizm deneyimlerine ilişkin literatürde çok az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Hem çiftlik işletmecilerinin hem de çiftlikte belirli bir süre kalanların çiftlik turizmine yönelik deneyimlerinin ortaya konulması neticesinde öncelikle ziyaretçiler açısından olumsuz görülen noktaların tespit edilmesine ve akabinde de bu olumsuzlukların düzeltilmesi adına çözüm önerileri sunularak müşteri memnuniyetinin arttırılmasına katkı sağlanacaktır. Her ne kadar bu çalışma bu bağlamda katkı sağlasa da çalışma sonuçları sadece seçilen örneklem grubu ve çalışmanın yapıldığı zaman için geçerlidir. İleriki çalışmalarda farklı örneklem grupları ile çalışılmalı ve araştırma sonuçlarının geçerliliği test edilmelidir.

Çiftlik içerisindeki özelliklerin (işletme ve girişimci özellikleri) farklılaştırmaya karar verme amaçları ile ilişkilendirildiği yabancı literatürde görülmüştür. Yapılan bu çalışmalarda girişimcilerin özellikleri ile ilgili de, çiftçilerin yaşı, ailenin geliri ve ailenin çiftliğe olan bağlılığı farklı nedenlerle farklılaştırılmaya gidilmesi ile ilişkilendirilmiştir. Diğer bazı çalışmalarda da çiftliğin farklılaştırılması ile çiftçinin yaşı, görev süresi, çiftçiliğe ekonomik olarak bağlılık süresi, hane geliri, potansiyel pazara yakınlık ve çiftlik büyüklüğü arasında ilişki olduğu ileri sürülmüştür. Bazı çalışmalarda ise, farklılaştırmada izlenen amaç türleri ile işletmenin/çiftliğin özellikleri (işletmenin ne kadar süredir faaliyette olduğu, toplam işletme geliri, girişimcinin cinsiyeti, tarımda geçirilen toplam süre, arasında istatistiksel açıdan bir ilişki ortaya konulamamıştır. Türkiye'deki çiftlikler üzerinde bu bağlamdaki durumuna ilişkin benzer çalışmalar yapılmadır.

Genel olarak bakıldığında Türkiye genelindeki örneklem kapsamındaki çiftlikler dâhilinde ziyaretçiler tarafından en fazla beğenilen özellik çiftlik sahiplerinin misafirperverliği olmuştur. Ancak her ne kadar olumlu yorumlar arasında çiftlik sahiplerinin misafirperverliği ağırlık taşısa da bazı ziyaretçiler bazı çiftlik sahiplerinin kaba davranışlarından rahatsız olmuştur. Bu çerçevede, çiftlik işletmecilerine bu konuda faydalı olabilecek eğitimlerin verilmesi gerekmektedir.

Tüm çiftliklere yönelik olumsuz değerlendirmeler incelendiğinde birkaç unsurda dikkat çeken eleştiriler gelmiştir. Neredeyse tüm çiftlik sahiplerinin yabancı dil yeterliliğinin olmayışına dair ziyaretçiler tarafından eleştiri yapılmıştır. Bu durumun gelen ziyaretçiler için oldukça sıkıntı yarattığı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda çiftlik sahiplerinin yabancı dil yeterliliğinin arttırılması adına çalışmalar yapılmalıdır. Çiftlik sahiplerinin yabancı dil yeterliliğinin arttırılması ziyaretçilerle daha iyi iletişimin sağlanmasına ve ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin arttırılmasını sağlayacaktır.

En fazla eleştirilen diğer özellik ise çiftliklerdeki iş yükü ile ilgilidir. Bazı ziyaretçiler çalışma saatlerinin uzunluğu, bazı ziyaretçiler yapılan işin ağır oluşunu ve bazıları da yapılan işlerin sınırlığını eleştirmiştir. Ancak ağırlıklı olarak ziyaretçiler iş yükünün ağırlığından şikâyetçi olmuşlardır. Özellikle Türkiye'de kırsal kesimde genç nüfusun şehirlere göç etmesiyle başlayan işçi sıkıntısının giderilmesinde çiftlik sahipleri çiftlik turizmi bir alternatif olarak değerlendirmektedir. Ancak gelen gönüllülerin çalışma saatlerinin uzunluğu ve iş yükü ağırlığı konusunda bazı düzenlemeler yapması gerekmektedir. Çiftlik sahiplerinin çiftliklere gelen ziyaretçilere bu konuda daha hassas yaklaşmaları ve onları ucuz işgücü olarak değerlendirmemeleri gerekmektedir.

Çiftliklerin bazı fiziksel şartları da olumsuz değerlendirilmiştir. Çiftlik evlerinin ve çiftlik yollarının durumu eleştirilen diğer unsurlardandır. Çiftlik evlerinin iyileştirilmesi adına çiftlik sahiplerine belirli miktarlarda maddi destek sağlanabilir. Çiftlik yollarının iyileştirilmesi adına da yerel yönetimlerin harekete geçmeleri gerekmektedir. Ayrıca çiftliklerin bulunduğu kırsal alanlarda alt yapının iyileştirilmesi gerekmektedir.

Çiftlik turizm işletmeleri WOOFF'a bağlı hizmet veren TATUTA ağına bağlı olmaları sayesinde dünya genelinde tanıtımlarını yaparken ülke içerisinde bilinirlikleri oldukça azdır. Bu bağlamda ülke içerisinde tanıtımın iyileştirilmesi adına çalışmalar yapılabilir.

Çiftlik turizminin bazı dezavantajları olduğu çalışmanın başında belirtilmişti ve bu dezavantajlar göz önüne alınarak planlı gelişimin sağlanması gerekmektedir.

Türkiye'deki Tatuta bağlamında yapılan çiftlik turizmi, İtalya'da uygulanan çevreye sıfır etkiye dayalı olan organik ekolojik çiftlik turizmine benzemekle birlikte İtalya'daki gibi ekolojik dengeyi, biyoçeşitliliği gözeten ve yerel geleneksel kültüre ve araziye saygılı anlayışı benimsemektedir. Bundan dolayı, Türkiye'deki kitle turizmine karşı çiftlik turizmi sürdürülebilirlik için iyi bir alternatif olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda Türkiye'nin 2023 stratejisinde alternatif turizm türlerinin geliştirilmesine yönelik vurgudan yola çıkarak, çiftlik turizmi iyi bir alternatif olabilir.

Türkiye'de, Avrupa'da da olduğu gibi çiftlik turizminin geliştirilmesi için, farklı düzeylerde aktörlerin, paydaşların bağlantıya geçmesi gerekmektedir. Turistik alt yapının, arzın ve tanıtımının iyileştirilmesi gerekirken çiftlik turizm markasının açık bir şekilde tanımlanması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Ahmadova, Saida, Orhan, Akova (2016). Türkiye'de organik ekoturizm çiftlikleri üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 6,1, 14-29.

Akça, H., K. Esengün, Sayılı, M. (2001). Kırsal alanların kalkınmasında kırsal turizmin rolü, *Standart Dergisi*, Şubat 2001, 29-35.

Akturan, Ulan (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri, Nvivo ile Nitel Veri Analizi, örnekleme, Analiz, Yorum*. Seçkin Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara, 5-205.

Alsos, G. A., Ljunggren, E., Pettersen, L. T. (2003). Farm-based entrepreneurs: what triggers the start-up of new business activities?. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(4), 435-443.

Arroyo, C. G., Barbieri, C., Rich, S. R. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, *37*, 39-47.

Artuğer, S., Özkoç, A. G., Kendir, H. (2013). Ta-tu-ta (tarım-turizm-takas) çiftliklerinin pazarlanması ve tanıtılması için öneriler. *International Journal of Social and Economic Sciences, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi,* 3 (1), 01-05.

Austin, James. T., Vancouver, Jeffrey. B. (1996). Goal constructs in psychology: structure, process, and content. *Psychological Bulletin*, 120(3), 338-375.

Aydın, Oğuz (2012). AB'de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye'de kırsal turizm. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,* 14 (23): 39-46.

Aydın, Hasan (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Eğitim Yayınevi, 8.Basıkıdan çeviri, Berg, B. L.&Lune, H. Pearson, Konya/Meram, 1-448.

Barbieri, Carla (2009). A comparison of agritourism and other farm entrepreneurs: implications for future tourism and sociological research on agritourism içinden D. B. Klenosky, & C. L. Fisher (Eds.), Proceedings of the 2008 northeastern recreation research symposium, March 30eApril 1, 2008; Bolton Landing, NY. General technical report NRS-P-42 (pp. 343e349). Newtown Square, PA: U.S.: Department of Agriculture, Forest Service, Northern Research Station.

Barbieri, Carla (2010). An importance-performance analysis of the motivations behind agritourism and other farm enterprise developments in Canada. *Journal of Rural and Community Development*, 5(1-2), 1-20.

Barbieri, Carla, Mahoney, Edward (2009). Why is diversification an attractive farm adjustment strategy? Insights from Texas farmers and ranchers. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 58-66.

Barbieri, Carla, P. M. Mshenga. (2008). The role of the firm and the owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia Ruralis,* 48 (2): 166–82.

Barbieri, Carla, Xu, Shuangyu, Gil-Arroyo, Claudia ve Rich, Samantha Rozier. (2016). Agritourism, farm visit, or …? A branding assessment for recreation on farms. *Journal of Travel Research,* 55 (8), 1094- 1108.

Barney, Jay (1991). Firm Reseources and sustained competitive advantage", *Journal of Management,* 17, (1), 99-120.

Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., Ilbery, B. Ve Shaw, A. (1996). The development of alternative farm enterprises: a study of family labour farms in the Nothern Pennines of England. *Journal of Rural Studies,* 12, (3), 285-295.

Bransgrove, Colin, ve King, Brian (1996). Strategic marketing practice amongst small tourism and hospitality businessess. *Spring symposium proceedings of international association of hotel management schools*, Leeds Metropolitan University, 29-38.

Burton, Rob, J. (2004). Seeing through the 'good farmer's' eyes: towards developing an understanding of the social symbolic value of 'productivist'behaviour. *Sociologia ruralis*, *44*(2), 195-215.

Busby, Graham, Rendle, Samanta. (1999). Transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism Management*, 21(6), 635-642.

Che, Deborah (2007). Agritourism and its potential contributions to the agricultural economy. CAB reviews: perspectives in agriculture, veterinary science. *Nutrition and Natural Resources*, 63(2), 1-7.

Che, D., Veeck, A.,Veeck, G. (2005). Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations. *Agriculture and Human Values, 22, 225-234.*

Ciervo, Margerita (2013). Agritourism in Italy and the local impact referring to Itria Valley. The organic firm 'Raggio Verde' and its ecological agritourism project. *European Countryside Mendelu*, 4, 322-338.

Civelek, Makbule (2013). *Sürdürülebilirlik kapsamında agro-turizm ve kırsal kalkınma ilişkisi: Muğla yöresindeki tatuta çiftliklerinin agro-turizm potansiyeli yönünden değerlendirilmesi.* Muğla Sıtkı Koçman Universitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 1-154.

Civelek, M., Dalgın, T., Çeken, H. (2014). Agro-turizm ve kırsal kalkınma ilişkisi: muğla yöresindeki agro-turizm alanlarında bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 1 (1), 15-28.

Clarke, Jackie (1999). Marketing structures for farm tourism: beyond the ındividual provider of rural tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 7 (1), 26-47.

Creswell, W. John (2013). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni.* M. Bütün ve S. B. Demir (Çev. Edt.). Ankara: Siyasal Kitapevi.

Creswell, John W., Dana L. Miller. (2000). Determinig validity in qualitative inquiry. *Theory Into Practice*, 39, 124-130.

Çeltek, Evrim (2014). Çiftlik turizminde ürün geliştirme: Türkiye' deki ekolojik tarım turizmi çiftlikleri üzerinde bir inceleme. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3, (8), 90-114.

Denzin, Norman K., Yvonna, S., Lincoln (2005). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage.

Downing, Howard Leroy (2007). *Aphenomenological study of the experince of a suburban, faith based divorce support group.* Doktora Tezi, University of Cincinati, USA, 2007.

Eikeland, Sveinung, Ivar, Lie (1999). Pluriactivity in rural Norway. *Journal of Rural Studies,* 15, (4), 405-415.

Eisner, W. Elliot (1991). *The enlightened eye: Qualitative inquiry and the enhancement of educational practice.* New York: Macmillan.

Esengün, K., Akça, H., Sayılı, M. (2002). Dağlık ve ormanlık alanlarda kırsal turizm faaliyeti ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *I.Ulusal Ormancılık Kooperatifleri Sempozyumu*, 22-23 Mart, Kastamonu, (97-102).

Evans, Nicholas, J., Ilbery, Brian, W. (1992). Farm-based accomodation and the restructuring of agriculture: evidence from three English countries. *Journal of Rural Studies*, 8, (1), 85-96.

Everett, Sally, Aitchison, Cara (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: a case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.

Fisher, Darrell (2006). The potential for rural heritage tourism in the Clarence valley of northern New South Wales. *Australian Geographer*, 37(3), 411-424.

Fleischer, Aliza, Tchetchik, Anat (2005). Does rural tourism benefit from agriculture. *Tourism Management,* 26, 493-501.

Garcia- Ramon, M. D., Canoves, G., Valdovinos, N. (1995). Farm tourism, gender and the environment in Spain. *Annals of Tourism Research,* 22, (2), 267-282.

Gasson, Ruth. (1973). Goals and values of farmers. Journal of Agricultural Economics, 24(3), 521-542.

Getz, Donald, Carlsen, Jack (2000). Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors. *Tourism Management*, 21(6), 547-560.

Gouissou, A., Kzios T., Spilanis I. (2001). Is agri-tourism 'agro' or 'tourism'? Evidence from agrotourist holdings in Lesvos, Greece. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, *12*, 6–22.

Gössling, Stefan, Mattsson, Susanne (2002). Farm tourism in sweden: structure, growth and characteristics. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2 (1),17-30.

Greene, P.G., Bruch, C. G. V., Hart, M. M. (1999). The corporate venture champion: a resource-based approach to role and process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, (3), 103-122.

Hill, D., E. Sunderland, C. O'Cathain, G. Daly (1996). Rural tourism development in ıreland. in tourism and hospitality research: australia and ınternational perspectives, Proceedings of Australian *Tourism and Hospitality Research Conference*, Coffs Harbour. BTR, Canberra.

Hornsby, J., Kuratko, D. Hornsby, Jeffrey Scott, and Donald F. Kuratko (2002). *The human resource functions in emerging enterprises.* Mason, Ohio: South-Western/Thomson Learning.

Ilbery, Brian (1991). Farm diversification as an adjustment strategy on the urban fringe of the west midlands. *Journal of Rural Studies*, 7(3), 207-218.

Ilbery, B., Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., Shaw, A. (1997). Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: A case study from the Northern Pennies, England. *Regional Studies,* 32, (4), 355-364.

Ingram, Gloria (2002). Motivations of farm tourism hosts and guests in the south west tapestry region, Western Australia: a phenomenological study. *Indo-Pacific Journal of Phenomenology,* 2 (1): 1-12

Karabati, S., Doğan, E., Pınar, M., Çelik, L. M. (2009). Socio-economic effects of agri-tourism on local communities in Turkey: the case of Aglasun. *International*

Journal of Hospitality & Tourism Administration. 10: 2, http://dx.doi.org/10.1080/15256480902851032, 129–142.

Kinsella, J., Wilson, S., De Jong, F., Renting, H. (2000) Pluriactivity as a livelihood strategy in Irish farm households and its role in rural development. *Sociologica Ruralis*, 40, (4), 481-496.

Kuntay, Orhan (2004). *Sürdürülebilir Turizm Planlaması*, 1st Ed., Alp Yayın Evi, Ankara.

Kuratko, D., Hornsby, I., Naffziger, D., (1997). An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management,* 35 (1), 24-33.

Lather, Patti (1991). *Getting smart: Feminist research and pedagogywith/in the postmodern*. New York: Routledge.

Leavy, Patricia (2014). *The Oxford handbook of qualitative research*. Oxford Library of Psychology, 198 Madison Avenue, New York, 1-773.

Lincoln, Yvonna S., Guba, Egon, G. (1985). *Naturalistic inquiry.* Beverly Hills, CA: Sage.

Lynn, M., Reinsch, N.L. (1990). Diversification patterns among small business. *Journal of Small Business Management,* 28 (4), 60-70.

Mastronardi, L., Giaccio, V., Giannelli, A., Scardera, A. (2015). Is agritourism eco-friendly? A comparison between agritourisms and other farms in Italy using farm accountancy data network dataset. *SpringerPlus Open Journal*, 4 (590), 1-13.

McGehee, Nancy Gard (2007). An agritourism systems model: a Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 111-124.

McGehee, Nancy, Kim, Kyungmi (2004). Motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, *43*, 161–170.

McGrath, Rita, Gunther (1996). Options and the entrepreneur: towards a strategic theory of entrepreneurial wealth creation. *Academy of Management Proceedings, Entrepreneurship Division*, 101-105.

McIntosh, Alison, Campbell, Tamara (2001). Willing workers on organic farms (wwoof): a neglected aspect of farm tourism in New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism.* 9: 2, 111-127 http://dx.doi.org/10.1080/09669580108667393

McKercher, Bob, ve Robbins, Bill (1998). Business development issues affecting natüre-based tourism operators in Australia. *Journal of Sustainable Tourism,* 6 (2), 173-238.

McNally, Sandra (2001). Farm diversification in England and Wales – what can we learn fron the farm business survey?. *Journal of Rural Studies*, 17, (2), 247-257.

Mendonsa, Eugene (1983). Tourism and income strategies in Nazare, Portugal. *Annals of Tourism Research,* 10 (2), 213- 238.

Miles, Mattheu B., Huberman, A. Micheal (1994). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods* (2nd ed.), Thousands Oaks, CA: Sage.

Nicholas, D. B., Lach, L., King, G., Scott, M., Boydell, K., Sawatzky, B., Reisman, J., Schippel, E., Young, N. L. (2010). Contrasting internet and face-to-face focus groups for children with cronic health conditions: Outcomes and participant experiences. *International Journal of Qualitative Methods*, 9 (1), 105-121.

Nickerson, N., Black, R., McCool, S. (2001). Agritourism: motivations behind farm/ ranch business diversification. *Journal of Travel Research*, 40(1), 19-26.

Nilsson, Per, Ake (2002). Staying on farms, an ıdeological background. *Annals of Tourism Research,* 29(1): 7–24.

Ollenburg, Claudia, Buckley, Ralf (2007). Stated Economic and Social Motivations of Farm Tourism Operators. *Journal of Travel Research,* 45(4), 444–452.

Ongun, Utku, Gövdere, Bekir (2014). Bölgesel kalkınmada kırsal turizmin etkisi: Ağlasun Yeşilbaşköy örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, (2), 51-57.

Ongun, Utku, Gövdere, Bekir, A., D. Kaygısız (2015). Burdur ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi: Sorunları ve çözüm önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 7, (12), 99-116.

Phelan, Cris, Sharpley, Richard (2012). Exploring entrepreneurial skills and competencies in farm tourism. *Local Economy* 27(2), 103–118.

Philip, S., Hunter, C., Blackstock, K. (2010). A typologyy for defining agritourism. *Tourism Management*. 31 (6), 754-758.

Pilar, L., Pokorna, J., Balcarova, T., Hron, J. (2012). Factors determining the entry of agricultural farms into agritourism. *Agris on-line Papers in Economics and Informatics,* 4, (4), 59-65.

Reynolds, Paul, C., Braithwaite, Dick (2001). Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism Management*, 22, 31-42.

Ronstadt, Robert (1988). The corridor principle. *Journal of Business Venturing,* 3, (1), 31-40.

Rossman, Gretchen, Rallis, Sharon, F. (2012). *Learning in the field: An introduction to qualitative research* (3rd ed.), Thousands Oak, CA: Sage.

Rotefoss, Beate (2001). *A resource- based approach to the business start-up business*. Doktora Tezi, Brunell University/ Henley Management College.

Saldana, Johnny (2009). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Sage Publication Ltd., London, 1-240.

Saxena, G., Clark, O., Ilbery, B. (2007). Conceptualizing integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 347-370.

Schilling B. J., Marxen L. J., Heinrich H. H. (2006*). The Opportunity for Agritourism Development in New Jersey*, The Report for the New Jersey Department of Agriculture.

Selvi, Murat, Selim, Demirer, Dilek (2012). Ekolojik tatil çiftliklerinin Tatuta projesi deneyimine ilişkin örnek olay incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23, (2), 187 - 202.

Shafeei, Nazlı (2012). *İzmir İnciraltı doğa temelli bir agro turizm yaklaşımı kentsel tasarım projesi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.

Sharpley, Richard (2007). Flagship attractions and sustainable rural tourism development: the case of the Alnwick Garden, England. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 125-143.

Sharpley, Richard, Vass, Adrian (2006). Tourism, farming and diversification: an attitudinal study. *Tourism Management*, 27(5), 737-1092.

Silverman, David (2005). *Doing qualitative research: A practical handbook* (2nd ed.), London: Sage.

Slavic Potocnik, Irma, Schmitz, Serge (2013). Farm tourism across Europe. *European Countryside,* 4, 265-274.

Smith, Valene (1998). Privatization in the third World: Small- scale tourism enterprises içinde W. Theobald, *Global tourism,* İkinci Baskı, Oxford: Butterworth-Henemann, 205-215.

Sonnino, Roberta (2004). For a 'piece of bread'? interpreting sustainable development through agritourism in Southern Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 44, 285–300.

Soykan, Füsun (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: kırsal turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 10, Mart- Haziran, (67-75).

Soykan, Füsun (2006). Avrupa'da kırsal turizme bakış kazanılan deneyim, *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi,* 20-22 Nisan, 72-73.

Stringer, Peter (1981). Hosts and guests: The bed and breakfast phenomenon. *Annals of Tourism Research,* 8 (3), 357-376.

Sugiarti, R., Ernawati, D., Birtles, A. (2003). The Potential for Developing Ecologically Sustainable Rural Tourism in Surakarta, Indonesia. *A Case Study*, *Asean Journal on Hospitality and Tourism*, 2, 78-90.

Tetik, Nuray, Girgin, Göksel, Kemal (2010). Farm tourısm in the context of tourism product diversification, an example application from Turkey and recommendations for Bulgaria. *Management and Education*, VI, (1), Retrieved on August 2016, http://www.conference-burgas.com/maevolumes/vol6_2010/book1/b1_r35.pdf.

Tew, Christine, Barbieri, Carla (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*, *33*(1), 215-224.

Topçu, Elif, Demirbaş (2007). *Agri-tourism: As a new element of country planning.* Yüksek Lisans Tezi. Ortadoğu Teknik Üniversitesi.

Turnock, David (2002). Prospects for sustainable rural cultural tourism in Maramures, Romania. *Tourism Geographies*, 4(1), 62-94.

Turner, M., Winter, D., Barr, D., Fogerty, M., Errington, A., Lobley, M. (2003). *Farm diversification activities 2002: benchmarking study.* Final report by the Universities of Exeter and Plymouth to Defra. CRR Research Report 4. Exeter, University of Exeter. Retrieved online on February 24, 2011. Available from: http://centres.exeter.ac.uk/crpr/publications/downloads/dldiversification.htm.

Uğurlu K (2010). Çiftlik Turizminin Sosyoekonomik Kalkınmaya Etkileri: Trakya Bölgesi İçin Oluşturulabilecek Stratejiler. *Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumu, Bildiri Kitabı* I, 295-315 Kırklareli.

Veeck, G., Che, D., Veeck, J. (2006). America's changing farmscape: a study of agricultural tourism in Michigan. *The Professional Geographer*, 58(3), 235-248.

Wertz, F. J., Wertz, F. J., Charmaz, K., McMullen, L. M., Josselson, R., Anderson, R., McSpadden, E. (2011). *Five ways of doing qualitative analysis*. Guilford Press.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Gülsün YILDIRIM		İmza:	
Doğum Yeri:	Denizli			
Doğum Tarihi:	26.09.1982			
Medeni Durumu:	Bekar			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
Lise	Denizli Anafartalar Lisesi	Yabancı Dil Ağırlıklı Lise-Yabancı Dil	Denizli	1996-2000
Lisans	Adnan Menderes Üniversitesi	Turist Rehberliği	Aydın/Kuşadası	2000-2004
Lisans	Pamukkale Üniversitesi	İngilizce Öğretmenliği	Denizli	2009-2012
Yüksek Lisans	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği	Eskişehir	2012-2014
Doktora	Selçuk/Gazi Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği	Konya/Ankara	2014-
İş Deneyimi:	*01.06.2012 – devam ediyor- **Öğretim Görevlisi**-Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi- Ardeşen MYO-Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümü *21.09.2011-15.05.2012- **İngilizce Öğretmeni**- Acıpayam Ticaret Meslek Lisesi *02.06.2004-01.09.2004- **Turist Rehberi**- Diana Travel Agency *21.09.2004-31.05.2005- **İngilizce Öğretmeni**- Gölcük İlköğretim Okulu *05.08.2005- 31.10.2005- **Turist Rehberi**- Riviera Travel Agency *05.05.2006-15.09.2006- **Turist Rehberi**- Riviera Travel Agency			
İlgi Alanları:	Kırsal Turizm Tarım Turizmi Sürdürülebilir Turizm Translation Second Language Acquisition Turizm Pazarlaması			

Aldığı Ödüller:	*2004 yılı Adnan Menderes Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokul ve bölüm birinciliği, *2012 yılı Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi ikinciliği ve İngilizce Öğretmenliği bölüm birinciliği, * Yildirim G,Sezgin M., "Best Innovative Paper Award, Sydney International Business Research Conference (SIBRC) 2016, Mart 2016
Tel:	**0553 053 80 01**
Adres Adres	RTEÜ-Ardeşen Meslek Yüksekokulu Lojmanı, Fatih Mah. Atatürk Cad. Ardeşen/RİZE
Yayınlar	**Hakemli Kongre/Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar** *Sezgin M., Yildirim G. , "The Environmental Impacts of Tourism and Recreation Activities on Kaçkar Mountains National Park,Rize Province in Turkey.", Sydney International Business Research Conference (SIBRC)2016, Sydney, AVUSTRALYA, 19-21 Mart 2016, pp.63-63 **Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler** *Yildirim G., Sari Y., "A Research on the Middle East Market within the Context of Turkey Tourism ", İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.7, pp.382-403, 2015 *Yildirim G., Temizkan S.P. , "Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Alan Kılavuzluğu Uygulaması: Kaçkar Dağları Milli Parkı Örneği", e-Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (elektronik), cilt.13, ss.124-149, 2014