

## Sürdürülebilir turizm uygulamaları kapsamında ziyaretçi tercihleri: Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği örneği

Ayhan Akyol<sup>a,\*</sup>, Ahmet Anıl Uygun<sup>b</sup>

**Özet:** Bu çalışmada, Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği örneğinde ziyaretçi tercihleri araştırılmıştır. Böylece, verilen hizmet kalitesinin artırılması ve gelecekte çiftliğe yapılacak yatırımların nasıl şekillenmesi gerektiği ile ilgili temel sorulara yanıt bulunması amaçlanmıştır. Araştırma verileri, çiftlikte konaklayan ziyaretçilerle gerçekleştirilen anket çalışmasından ve çiftlik işletmecisi ile yapılan görüşmelerden elde edilmiştir. Verilerin parametrik veri olup olmadığı Shapiro-Wilk-W testi ile araştırılmış ve %95 güven düzeyinde verilerin normal dağılıma sahip olmadığı belirlenmiştir. Değişkenler arası ilişkilerin araştırılmasında kıkare ( $\chi^2$ ) bağımsızlık testi kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği kırsal yaşamla bütünleşme, yerel kültür atölyelerinde el becerilerini geliştirme, toprakla uğraşma gibi faaliyetlerle, bireyleri eskiye dönme, doğayla iç içe bir tatil yapma vb. gibi tercihlere yönlendirmektedir. Bu bireyler genel olarak, yüksek eğitim ve gelir düzeyine sahip, orta yaşta, yöre kültürüne meraklı, büyük şehirlerde yaşayan, doğaya geri dönme arzusunda olan bireylerden oluşmaktadır. Ayrıca, bu bireyler, çocuklarının doğayı ve doğal unsurları yerinde yaşayarak öğrenmelerinin çocuklarının gelişimi için önemli olduğunu düşünmektedirler.

**Anahtar kelimeler:** Sürdürülebilir turizm, Ekolojik çiftlikler, Ziyaretçi profili, Ürün çeşitlendirme, Pastoral Vadi, Fethiye

## Visitors' preferences in terms of sustainable tourism applications: Pastoral Valley Ecological Life Farm example

**Abstract:** In this study, visitor preferences were investigated in Pastoral Valley Ecological Life Farm. This aims at finding answers to basic questions such as how the service quality can be improved and what kind of future investments should be made. The research data were collected from the questionnaires responded by the visitors staying at this ecologic farm and face-to-face interviews with the farm manager. Shapiro-Wilk-W test was applied to see if the data were parametrical and it was found that the data did not have normal distribution with confidence interval of 95%. Therefore, chi-square ( $\chi^2$ ) test was used to explore the associations between the variables. The study findings revealed that people preferred staying at Pastoral Valley to go back to the past and have a vacation in the nature through specific activities such as integrating with rural life, improving handicraft skills at local cultural workshops, and engaging with the soil. These people are usually middle-aged individuals with a high education and income level and curious about local values and culture, live in big cities and want to go back to the nature. Moreover, these individuals think that it is important for the development of their children to learn about the nature and natural assets by experiencing on site.

**Keywords:** Sustainable tourism, Ecologic farms, Visitor profile, Product diversification, Pastoral Valley, Fethiye

### 1. Giriş

Dünyadaki hızlı, ekonomik, siyasal, teknolojik gelişmelerle birlikte turizmin boyutları giderek daha da genişlemiş ve ülke ekonomilerinde daha da önemli bir konuma sahip olmuştur. Ancak, son yıllarda klasik turizm ürünü olarak adlandırılan deniz, kum ve güneş üçlemesinden, bireysel deneyimlerin ön planda olduğu ve özel ilgi gerektiren ürünlere doğru bir yönelim ortaya çıkmıştır (Korkmaz ve Tolunay, 2002).

Turizm sektöründe gözlemlenen bu değişimlerde iki ana husus etkili olmuştur. Bu hususlardan birincisi, ülkelerin turizm pazarından aldıkları payı artırmak için sundukları turizm ürünlerini çeşitlendirme çalışmalarıdır (Sharpley ve Vass, 2006). Bu doğrultuda turizm pastasından daha fazla pay almak isteyen ülkeler, alternatif turizm ürünleri

sunmaya başlamıştır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002; Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008).

Turizm sektöründe gözlemlenen değişimlerde etkili olan ikinci husus ise, daha yüksek eğitim düzeyine sahip, çevreye ve doğaya duyarlı, sağlıklı yaşam ve gıda tüketimi konusunda daha bilinçli hale gelen turistlerdir (Ahmadova ve Akova, 2016). Eğitim düzeyi yüksek bir birey, daha bilinçli, daha duyarlı, farklı alternatif ürün ve destinasyonlara yönelen, tek düzeylikten uzak ve ilgi duyduğu alanlara yönelik turizm türlerini tercih eden turist niteliğini kazanmaktadır (Sung, 2004). Bu noktada, tüketici davranış ve tutumlarındaki değişimlere bağlı olarak ortaya çıkan tüketici istek ve talepleri, turizm endüstrisinin de gelecekteki en önemli belirleyicisi olmaktadır (Yılmaz, 2008). Günümüzde artık turistler eskiye göre çevreye daha duyarlı, daha deneyimli, daha bağımsız ve daha zor memnun olmaktadır (Poon, 1993).

✉ <sup>a</sup> Süleyman Demirel Üniversitesi, Orman Fakültesi, Isparta  
<sup>b</sup> Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta  
@ \* **Corresponding author** (İletişim yazarı): ayhanakyol@sdu.edu.tr

✓ **Received** (Geliş tarihi): 14.03.2017, **Accepted** (Kabul tarihi): 08.06.2017



**Citation** (Atıf): Akyol, A., Uygun, A.A., 2017. Sürdürülebilir turizm uygulamaları kapsamında ziyaretçi tercihleri: Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği örneği. Turkish Journal of Forestry, 18(2): 133-139.  
DOI: [10.18182/tjf.297952](https://doi.org/10.18182/tjf.297952)

Ortaya çıkan bu durum ise, gelecekte alternatif turizm ürünlerine yapılacak yatırımların giderek artacağını ortaya koymaktadır. Ayrıca, hem turist profilindeki hem de tüketim kalıplarındaki bu değişiklikler doğal, kültürel çevrenin koruma-kullanma dengesi içinde kullanımını öngören ekoturizm, sürdürülebilir turizm gibi kavramların öneminin giderek artmasına neden olmaktadır (Kurdoğlu, 2001; Ok, 2010; Kaypak, 2012; Akten ve Tanrıbir, 2014). Doğal kaynakların sürekli korunmaları ve kendi kendilerini yenileme sınırları aşılmadan kullanılmaları, sürdürülebilirliğin temel felsefesini oluşturmaktadır (Alkan vd., 2010; Akyol ve Tolunay, 2014). Sürdürülebilir turizm ise, turizm olayını oluşturan etkenlerin ve varlıkların nitelik ve niceliklerini kaybetmeden sürekliliğin sağlanması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilir turizmin bir turizm çeşidi olmadığı, tüm turizm çeşitleri için doğal, kültürel ve sosyal kaynakları uzun vadede koruyan, olumlu bir tarzda ekonomik gelişmeyi destekleyen bir politika biçimi olduğu gözden kaçırılmamalıdır (Korkmaz ve Başkalkan, 2011; Akyol ve Tolunay, 2012). Yani sürdürülebilir turizm, çevrenin korunması, doğal kaynakların güçlendirilmesi ve ekonomik gelişme ile ekolojik gelişmenin uyum halinde sürdürülmesini gerektirmektedir (Çubuk, 1996).

Tüketici davranışlarının değişimi, ürün çeşitlendirme ve sürdürülebilir turizm olgusunun gelişimi son yıllarda ekoturizm kavramı ile birlikte çiftlik turizminin de popüler hale gelmesine neden olmuştur. Gerçekte çiftlik turizmi Avrupa için yeni bir kavram değildir (Busby ve Rendle, 2000). Kavram uzun yıllardır Avrupa'da kırsal turizmin bir türü olarak tanımlanmaktadır (Dernoi, 1983; Clarke, 1999). Çiftlik turizmi; genellikle boş vakit geçirme, rekreasyon ve çok az iş amaçlı, aynı ülke veya farklı ülkelerin şehirli insanların çiftlik alanlarını kullanımını içermektedir (Williams vd., 2001; Çeltek, 2014). Çiftlik turizmi ayrıca bölgenin kültürünü, iş ve yaşam stilini öğrenmeye yönelik doğada gerçekleştirilen bir eğitimidir (Leco vd., 2013). Türkiye'nin genel olarak çiftlik turizmi potansiyelini ortaya koyacak çalışmalar ise henüz çok fazla değildir. Bu konuda Buğday Derneği'nin TaTuTa projesi ile öncülük yaptığı görülmektedir. TaTuTa "Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası" projesinin kısa adıdır. Projenin ana amacı Türkiye'de ekolojik tarımla geçinen çiftçi ailelerin mali, gönüllü işgücü ve/veya bilgi desteği sağlayarak ekolojik tarımı teşvik etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamaktır (Eröz ve Bozkurt, 2015).

Bu kapsamda çalışmanın amacı, örnek olarak seçilen Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği'ni ziyaret eden ziyaretçilerin tercihlerini araştırmaktır. Böylece, ziyaretçi profil ve tercihlerinden hareket ederek, sürdürülebilirlik ilkesi kapsamında turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesine ve bu ürünleri tercih eden ziyaretçilerin taleplerine uygun olarak sunulmasına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

## 2. Materyal ve yöntem

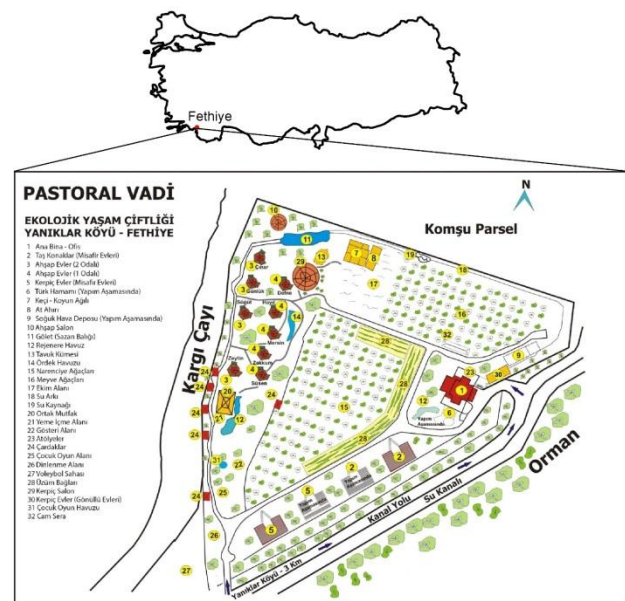
Çalışma için, Muğla ili, Fethiye ilçesi, Yanıklar Köyü sınırları içerisinde hizmet veren Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği seçilmiştir. Araştırma amacına uygun olarak hizmetlerden farklı ürün ve etkinlikleri sunmaktadır.

Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği 42.000 m<sup>2</sup> büyüklüğünde bir alan üzerinde yer almakta olup,

Fethiye'ye 18 km, Dalaman havaalanına ise 40 km uzaklıktadır. Organik tarım, ekolojik yaşam ve tatil olgularının birlikte değerlendirildiği çiftlikte, ekolojik mimari yaklaşımıyla tasarlanmış taş, ahşap ve kerpiç evlerde yılın 12 ayı konaklama olanağı sunulmaktadır (Şekil 1). Pastoral Vadi, kent yaşamının ve teknolojinin getirdiği stres ve sıkıntıları doğal, sakin ve huzurlu bir ortamda unutmak isteyenler için köye dönüş tadında bir tatil çiftliği hizmeti sunmaktadır. Çiftlikte, konuklar dilerlerse tarımsal çalışmalara katılabilmekte, yerel kültür ve el sanatları atölyelerinde kilim dokuma, topraktan çanak-çömlek yapma, ahşap oyma, sepet örme, tarhana, erişte, reçel, turşu yapma vb. aktiviteleri gerçekleştirebilmektedirler. Çiftlikte, ayrıca kendi topacını, uçurtmasını yapmak isteyen her yaş grubundaki çocuk için çocuk atölyesi de hizmet vermektedir (Kılıç ve Kurnaz, 2010; Pastoral Vadi, 2016).

Çalışmada Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği'nin turizm işletmeciliği faaliyetleri ve müşteri profilleri incelenmiştir. Bu amaçla izlenen yol; (1) Literatür analizi ve çalışma için gerekli belge-dokümanların toplanması, (2) Ziyaretçilere yönelik anket-mülakat çalışmaları, (3) İşletme sahibi ile yapılan mülakatlar ve (4) Elde edilen verilerin istatistiksel analizi ve değerlendirilmesi şeklindedir.

Anket çalışmaları için Haziran 2014 – Mayıs 2015 tarihleri arasında işletmede konaklayan yaklaşık 150 ziyaretçiden, gönüllü ve istekli olan 100 tanesiyle anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ankette yer alan sorular ve cevapları MS Excel programına aktarılarak veriler sıra istatistiğine göre sayısallaştırılmıştır. Değerlendirmede ise SPSS (Statistical Package for Social Science) 20 paket programı kullanılmıştır. Analizlerde öncelikle tüm sorular için tek döküm yapılmış olup; sorunun özelliğine göre frekanslar ve yüzdelerden yararlanılmıştır. Verilerin parametrik veri olup olmadığı Kolmogorov-Smirnov testine göre daha güçlü bir test olan Shapiro-Wilk-W testi ile araştırılmış ve %95 güven düzeyinde verilerin normal dağılıma sahip olmadığı ( $p < 0,05$ ), yani parametrik olmadığı belirlenmiştir (Mendes ve Pala, 2003).



Şekil 1. Pastoral Vadi yerleşim planı

Bazı değişkenler arası ilişkilerin araştırılmasında ise kıkare ( $\chi^2$ ) bağımsızlık testi kullanılmıştır (Özdamar, 2004; Eymen, 2007). İşletmenin kuruluş amacı, özellikleri, sunulan hizmetler vb. bazı bilgileri elde etmek amacıyla işletme sahibi ile yarı yapısal bir mülakat yapılmıştır. Araştırma süresince ayrıca literatür analizi sonucunda elde edilen bilgilerle, çeşitli kurum ve kuruluşlardan elde edilen bilgi, belge, haritalar, dokümanlar, istatistik veriler ve raporlardan da yararlanılmıştır.

### 3. Bulgular

#### 3.1. Katılımcıların profil özellikleri

Çalışmada, araştırma süresi içerisinde Pastoral Vadi'de konaklama yapan ziyaretçilerle anket çalışması yapılarak, ziyaretçilerin bazı profil özellikleri tanımlanmaya çalışılmıştır. Profil, bir bireyi içsel ve dışsal etkenleri göz önüne alarak irdeleme ve bireyin ayırt edici özelliklerini tanımlayarak ortaya koyma işlemidir (Alkan, 2013). Katılımcıların bazı profil özellikleri Çizelge 1'deki gibidir. Buna göre, araştırmaya katılan ziyaretçilerin %65'i kadın, %35'i erkektir. Çalışmada dört farklı yaş grubu oluşturulmuştur. Buna göre katılımcıların %49'u 31-40 yaş grubu arasında yer almaktadır. Bunu sırasıyla, %21 ile 18-30 yaş grubu, %18 ile 41-50 yaş gurubu ve %12 ile 51 ve üzeri yaş grubu izlemektedir. Katılımcıların %59'u üniversite ve %29'u da lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Bu açıdan bakıldığında Pastoral Vadi'yi tercih eden katılımcıların oldukça yüksek eğitim düzeyine sahip oldukları dikkati çekmektedir.

Gelir düzeyleri açısından katılımcılar karşılaştırıldığında %61'inin 3000 TL ve üzeri aylık gelire sahip olduğu görülmektedir. 1000 TL ve altında gelire sahip katılımcıların oranı ise %15 civarındadır. Yapılan değerlendirmelere göre, 3000 TL ve altında gelire sahip olan katılımcıların oranı %39 olup, bu katılımcıların bir kısmı çiftlikte gönüllülük esaslı ile hem çalışıp, hem konaklayan katılımcılardır. Katılımcılar sahip oldukları meslekleri açısından incelendiğinde ise, %46'sının serbest/ticaret, %12'sinin akademisyen/eğitimci, %19'unun memur, %16'sının çalışmayan ve %13'ünün sanatçı/tasarımcı gibi mesleklere sahip olduğu görülmektedir. Katılımcılar geldikleri bölgeler açısından değerlendirildiğinde ise, bölgesel gelişmişlik düzeyi açısından ilk sırada yer alan Marmara Bölgesi'nden (%70) katılımın en yüksek olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgular, ziyaretçilerin genel olarak yüksek eğitim ve gelir düzeyine sahip olduklarını, büyük şehirlerden geldiklerini ve çok farklı sektörlerde çalıştıklarını göstermektedir.

#### 3.2. Katılımcıların tatillerine ilişkin tutum ve tercihleri

Katılımların tatilleri ile ilgili tutum ve tercihleri araştırılırken, ilk olarak daha önce ekolojik tatile katılıp katılmadıkları ve tesisteki konaklama amaçları araştırılmıştır. Çizelge 2'de katılımcıların tatilleri ile ilgili bazı tercihlerine ilişkin bulgular verilmiştir. Çizelge 2 incelendiğinde, katılımcıların %63'ünün daha önce ekolojik içerikli bir tatile katılmadıkları görülmektedir. Oranın bu denli yüksek oluşu, katılımcıların yeni ve farklı şeyler deneme arzuları ile bunun yarattığı heyecan hissinden kaynaklanmaktadır. Katılımcıların konaklama amaçları

incelendiğinde %48'inin macera/heyecan amaçlı tesiste konakladığı ve %84'ünün tesise ilk defa geldiği görülmektedir. Tesisin seçilmesinde etkili olan bilgi kaynakları incelendiğinde ise, katılımcıların %55'inin tanıdık tavsiyelerini dikkate alarak seçim yaptığı dikkati çekmektedir. Tüm bu bulgular, ekolojik temalı tatil talebinin toplumda giderek arttığını ve müşteri tavsiyelerinin tüketici tercihlerinde önemli ölçüde etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, katılımcıların %41'i tesisi internet üzerinden araştırmış ve tercih etmiştir. İşletme sahibi de bu durumu doğrulamaktadır. İşletme sahibi, işletmeye ait web sayfasını inceleyen birçok müşterinin kendilerini arayarak iletişime geçtiklerini yapılan görüşmelerde ifade etmiştir. Bu durum, internetin işletmenin tanıtımında ve müşterileri ile iletişimin sağlanmasında önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 1. Katılımcıların bazı profil özellikleri

Profil Özellikleri	(%)	
Cinsiyet	Kadın	65
	Erkek	35
Yaş	18-30	21
	31-40	49
	41-50	18
	>50	12
Eğitim	İlköğretim	3
	Lise	9
	Üniversite	59
	Lisansüstü	29
Gelir Seviyesi	0-1000	15
	1001-2000	7
	2001-3000	17
	>3000	61
Meslek	Serbest çalışan/ticaret	46
	Çalışmayan	16
	Memur/işçi	13
	Sanatçı/tasarımcı	13
Gelinen Bölge	Akademisyen/eğitimci	12
	Marmara	70
	Ege/Akdeniz	21
	İç/Orta/Güney Doğu	9

Çizelge 2. Katılımcıların tatillerine ilişkin bazı tutum ve tercihleri

Sorular	Yanıtlar	%
Daha önce ekolojik tatile katılıp katılmadıkları	Hayır	63
	Evet	37
Konaklama amaçları	Macera/heyecan	48
	Dinlenme	39
	Tatil	13
Tesis seçiminde etkili bilgi kaynakları	Tanıdık tavsiyeleri	55
	İnternet	41
	TV/dergi/broşür vb.	4
Tatile kiminle katıldıkları	Aile	69
	Arkadaşlar	24
	Yalnız	7
Tesise tekrar gelip gelmeyecekleri	Evet	98
	Hayır	2
Tavsiye edip etmeyecekleri	Evet	99
	Hayır	1
Tesise geliş sayıları	İlk	84
	2. defa	16
	0-2000	32
Tatil için ayrılan bütçe	2001-4000	27
	>4000	41
	1-3	22
Konaklama süreleri (gün)	4-6	41
	7-9	23
	>9	14

Katılımcılar memnuniyetleri açısından karşılaştırıldığında, %98'i yaptıkları tatilden memnun kaldıklarını ve tekrar ekolojik tatile katılmak istediklerini, %99'u da tesisi başkalarına tavsiye edeceğini ifade etmektedir. Katılımcıların %84'ünün tesise ilk defa geldiği düşünüldüğünde memnuniyet oranının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Yine Çizelge 2'den izlenebileceği üzere, katılımcıların genellikle aile ve arkadaşlarıyla tatile çıktıkları ve 4-6 günlük konaklama sürelerini tercih ettikleri görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %41'i tatilleri için 4000 TL ve üzerinde bir bütçe ayırmaktadır.

Çalışmada katılımcı profilleri ve tercihleri ile ilgili ilişkileri belirlemek için kıkare testi yapılmış ve istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunan test bulguları Çizelge 3'te sunulmuştur. Buna göre katılımcıların işletmeye geliş sayıları ile demografik özellikleri arasında yapılan kıkare testi bulgularına göre, katılımcıların tesise geliş sayıları ve cinsiyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=4,239$ ;  $sd=1$ ;  $p=0,005$ ). Yapılan değerlendirmeler sonucunda tesisi ikinci defa tercih eden katılımcıların ağırlıklı olarak kadınlar olduğu görülmüştür.

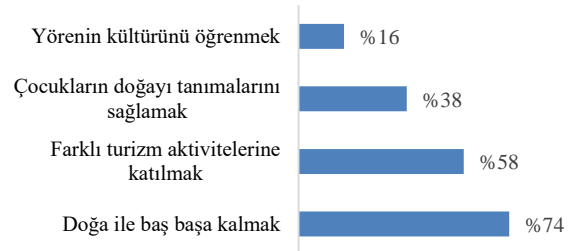
Katılımcıların yıllık tatil masrafları için ayırdıkları bütçe ile yaşları arasında yapılan kıkare testi bulgularına göre katılımcı yaşları ve tatil masrafları için ayrılan bütçe miktarı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=21,071$ ;  $sd=6$ ;  $p=0,002$ ). Yapılan değerlendirmeler sonucunda, 31-40 yaş grubunda yer alan katılımcıların tatilleri için yıllık 4000 TL ve üzerinde bir bütçe ayırdıkları dikkati çekmektedir. Tatil için ayrılan bütçe miktarı katılımcı meslekleri açısından değerlendirildiğinde, yapılan kıkare testi bulgularına göre yine istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=24,355$ ;  $sd=8$ ;  $p=0,002$ ) anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışmayan ya da herhangi bir işe sahip olmayan katılımcılar beklendiği üzere en az bütçe miktarını ayırırken, serbest çalışan/ticaretle uğraşan katılımcılar ise, tatilleri için en yüksek bütçeyi ayırmaktadırlar. Tatil için ayrılan bütçe miktarı ile katılımcıların aylık gelir düzeyleri arasında yapılan kıkare testi bulgularına göre de istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=36,303$ ;  $sd=6$ ;  $p=0,001$ ). Yapılan değerlendirmelerde, beklendiği üzere gelir düzeyi arttıkça yıllık tatil masrafları için ayrılan bütçenin de artış gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların konaklama süresi tercihleri ile eğitim düzeyleri arasında yapılan kıkare testi bulguları ( $\chi^2=17,233$ ;  $sd=9$ ;  $p=0,045$ ), konaklama süreleri ve eğitim düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Yapılan analizler, lisansüstü eğitim düzeyindeki katılımcıların ağırlıklı olarak 4-6 günlük konaklama süresini tercih ettiklerini göstermiştir. Konaklama süreleri ile katılımcı meslekleri arasında yapılan kıkare testi bulgularına ( $\chi^2=21,266$ ;  $sd=12$ ;  $p=0,047$ ) göre ise, herhangi bir işe sahip olmayan katılımcıların tesiste daha uzun süre kaldıkları belirlenmiştir. Bu grubun neden daha uzun süre konakladığı incelendiğinde, herhangi bir işleri olmaması nedeni ile daha çok boş vakitleri olduğu ve bu süreyi işletmede gönüllü çalışarak değerlendirdikleri belirlenmiştir. Konaklama süreleri ile ilgili diğer bir istatistiksel ilişki de gelirler açısından tespit edilmiştir. ( $\chi^2=22,445$ ;  $sd=9$ ;  $p=0,008$ ). Buna göre, gelir seviyesi yüksek katılımcılar 4-6 günlük konaklama sürelerini tercih etmektedirler.

### 3.3. Katılımcıların işletmeyi tercih nedenleri

Katılımcıların işletmeyi tercih nedenleri, *yörenin kültürünü öğrenmek, farklı turizm aktivitelerine katılmak, doğa ile baş başa kalmak ve çocuklarının doğayı tanımalarını sağlamak* olmak üzere 4 başlık altında değerlendirilmiştir. Bunlara ilişkin bulgular ise, Şekil 2'de verilmiştir. Katılımcıların işletmeyi tercih nedenlerinin başında doğa ile baş başa kalmak tercihi yer almaktadır. Buna sırasıyla farklı turizm aktivitelerine katılmak, çocukların doğayı tanımalarını sağlamak ve yörenin kültürünü öğrenmek izlenmektedir.

Katılımcıların işletmeyi tercih etme nedenleri ve demografik özellikleri ile ilgili ilişkileri ortaya koyabilmek için yapılan kıkare testi bulguları ise Çizelge 4'te verilmiştir. Buna göre, katılımcıların eğitim düzeyleri ile farklı turizm aktivitelerine katılmak tercihi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=12,539$ ;  $sd=3$ ;  $p=0,006$ ). Yapılan analizler, eğitim düzeyi yüksek katılımcıların işletmeyi farklı turizm aktivitelerine katılmak amacı ile tercih ettiklerini göstermiştir.



Şekil 2. Katılımcıların işletmeyi tercih nedenleri

Çizelge 3. Katılımcı profilleri ve tercihlerine ilişkin istatistik ilişkiler

Tercih	Özellik	$\chi^2$	sd	p*
Tesise geliş sayıları	Cinsiyet	4,239	1	0,005
	Yaş	21,071	6	0,002
Tatil için ayrılan bütçe	Meslek	24,355	8	0,002
	Aylık gelir	36,303	6	0,001
	Eğitim	17,233	9	0,045
Konaklama süreleri	Meslek	21,266	12	0,047
	Aylık gelir	22,445	9	0,008

\* $p < 0,05$

Çizelge 4. Katılımcıların işletmeyi tercih nedenlerine ilişkin istatistik bulgular

Tercih	Özellik	$\chi^2$	sd	p*
Farklı turizm aktivitelerine katılmak	Eğitim	12,539	3	0,006
Çocukların doğayı tanımalarını sağlamak	Yaş	22,269	3	0,001
Doğa ile baş başa kalmak	Meslek	7,704	4	0,010

\* $p < 0,05$



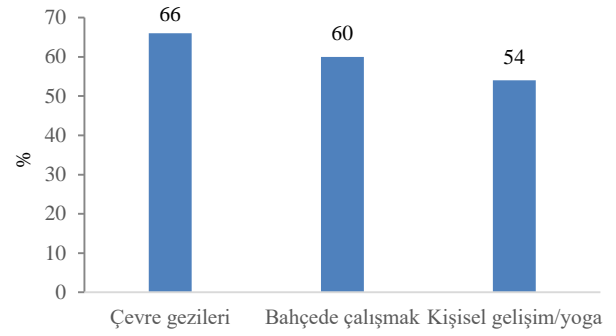
Benzer şekilde, katılımcıların yaşları ile işletmeyi seçme nedenleri arasında yapılan kıkare testi bulgularına göre ise, katılımcı yaşları ile çocukların doğayı tanımalarını sağlamak tercihi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=22,269$ ;  $sd=3$ ;  $p=0,001$ ). Yapılan değerlendirmeler, 31-40 yaş grubundaki bireylerin işletmeyi çocuklarının doğayı tanımalarını sağlamak amacı ile tercih ettiklerini göstermektedir. Katılımcıların meslekleri ile işletmeyi seçme nedenleri arasında yapılan kıkare testi bulgularına göre de katılımcı meslekleri ile doğa ile baş başa kalmak tercihi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=7,704$ ;  $sd=4$ ;  $p=0,010$ ). Yapılan analizler, serbest çalışan/ticaret meslek grubundaki katılımcıların işletmeyi doğa ile baş başa kalmak amacı ile seçtikleri görülmektedir.

### 3.4. İşletme etkinlikleri

İşletme sahibinden alınan bilgilere göre, Pastoral Vadi işletmesi konuklarına çeşitli etkinlikler sunmaktadır. Çalışmada, bu etkinlikler genel olarak *bahçede çalışmak*, *çevre gezileri*, *kişisel gelişim/yoga* başlıkları altında gruplandırılmıştır (Şekil 3). Ancak, her grup, kendi içerisinde alt etkinlikler içermektedir. Örneğin çevre gezileri yaya, bisikletli ve atlı olarak yapılabilmektedir. Şekil 6 incelendiğinde, katılımcıların %66'sının çevre gezileri etkinliğine katıldığı, %34'ünün katılmadığı, %60'ının bahçede çalışmak etkinliğine katıldığı, %40'ının katılmadığı, %54'ünün kişisel gelişim/yoga etkinliğine katıldığı, %46'ısının ise katılmadığı görülmektedir.

Katılımcıların işletme içerisinde katıldıkları etkinlikler ile bazı demografik özellikleri arasındaki ilişkileri daha iyi analiz edebilmek için yapılan kıkare testi bulguları Çizelge 5'te verilmiştir. Buna göre, katılımcıların cinsiyetleri ile kişisel gelişim/yoga etkinliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=4,249$ ;  $sd=1$ ;  $p=0,039$ ). Yapılan analizler, kadınların kişisel gelişim/yoga etkinliklerini erkeklere göre daha fazla tercih ettiğini göstermiştir. Benzer şekilde katılımcıların geldikleri bölgeler ve kişisel gelişim/yoga etkinliği arasında da istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\chi^2=10,155$ ;  $sd=2$ ;  $p=0,006$ ). Marmara Bölgesi'nden gelen katılımcılar kişisel gelişim/yoga etkinliğini diğer bölgelerden gelenlere göre daha çok tercih etmektedirler.

Yine yapılan kıkare testi bulgularına göre ( $\chi^2=13,150$ ;  $sd=2$ ;  $p=0,001$ ), katılımcıların katıldıkları etkinlikler ile tatile kiminle geldikleri konusu arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yapılan analizler, tatile arkadaşları ile gelen katılımcıların, kişisel gelişim/yoga etkinliğini ağırlıklı olarak tercih ettiklerini göstermiştir. Kişisel gelişim/yoga etkinliği ile ilgili bir diğer istatistiksel ilişki ise katılımcıların daha önce ekolojik tatile katılıp katılmadıkları konusu arasında tespit edilmiştir ( $\chi^2=11,108$ ;  $sd=1$ ;  $p=0,001$ ). Yapılan değerlendirmelerde kişisel gelişim/yoga etkinliğini tercih eden katılımcıların daha önceden benzeri bir ekolojik tatile katıldıkları belirlenmiştir.



Şekil 3. Katılımcıların etkinlik tercihleri

Çizelge 5. Katılımcıların etkinlik tercihlerine ilişkin kıkare testi bulguları

Etkinlik	Özellik	X <sup>2</sup>	sd	p*
Kişisel gelişim/yoga katılma	Cinsiyet	4,249	1	0,039
	Gelinen bölge	10,155	2	0,006
	Tatile kiminle geldiği	13,150	2	0,001
	Daha önce ekolojik tatile katılma	11,108	1	0,001

\* $p<0,05$

## 4. Tartışma ve sonuç

Dünya genelindeki hızlı, ekonomik, siyasal, teknolojik gelişmelerle birlikte turizmin boyutları giderek daha da genişlemiş ve ülke ekonomilerinde çok daha önemli bir konuma sahip olmuştur. Yaşanan bu gelişmeler, kişilerin tercihlerini, klasik turizm ürünlerinden bireysel deneyimlerin ön planda olduğu ve özel ilgi gerektiren ürünlere doğru yönlendirmiştir (Korkmaz ve Tolunay, 2002). Özellikle doğaya dönme isteği, şehir hayatının yarattığı stres, insanların doğal ürünlere olan ilgisi, çevre konusunda artan duyarlılık, eğitim ve gelir seviyesindeki artışlar vb. gibi nedenlerden dolayı tarım turizmi, çiftlik turizmi, ekolojik çiftlikler gibi alternatif ürünler turizm pazarında kendilerine artan oranda yer bulmaya başlamıştır. Bu tip turizm faaliyetleri konuklarına tüketmekten ziyade üretmeyi teşvik ederek, doğayı ve kültürü koruyarak doğa ile baş başa tatil yapma amaçlarını taşımaktadır. İçeriğinde sürdürülebilirlik felsefesini barındıran bu tarz alternatif ürünlere yönelimin gelecekte de aratarak devam edeceği yadsınamaz bir gerçek haline dönüşmüştür. Bu bağlamda Türkiye, doğal ve kültürel kaynak değerleri açısından oldukça zengin bir ülke olup, sürdürülebilir turizm için farklı olanaklar sunabilecek bir yapıya sahiptir.

Çalışma sonuçlarına göre, Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği kırsal yaşamla bütünleşme, yerel kültür atölyelerinde el becerilerini geliştirme, toprakla uğraşma ve stresten uzaklaşma gibi faaliyetlerle, bireylere eskiye dönme, doğayla iç içe bir tatil yapma vb. gibi tercihler sunmaktadır. Çiftlikte tatil yapanlar, gönüllü (konaklama süresince çalışanlar) ve konuk (konaklama ve aldığı hizmet karşılığında para ödeyenler) olarak ikiye ayrılmaktadır (Artuğer vd., 2013). Tesisteki bu uygulama ise, daha düşük gelir düzeyine sahip bireyler için hem çalışıp hem de tatil yapma olanağı sunmaktadır. Eğitim ve gelir seviyesindeki artışların tüketicilerin tercihlerini etkilediği çalışma bulgularından izlenebilmektedir. Pastoral Vadi'yi ziyaret eden bireylerin genel olarak, yüksek eğitim ve gelir düzeyine sahip, orta yaşta, yerel değerlere ve yörenin

kültürüne meraklı, büyük şehirlerde yaşayan doğaya geri dönme arzusunda olan bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu durum, çalışmaya katılanların çevresel duyarlılıklarının yüksek olduğunu göstermektedir. Civelek vd., (2014) tarafından yapılan benzer bir çalışmanın sonuçlarına göre de çiftlik ziyaretçilerinin çevresel duyarlılığa sahip olduğu, yerel halkın hayat tarzına ve gelenek-göreneklerine saygı gösterdikleri bildirilmektedir.

Çalışmada, 31-40 yaş aralığındaki katılımcıların tatilleri için daha fazla bütçe ayırdığı belirlenmiştir. Benzer şekilde, gelir düzeyi yüksek olan katılımcıların da tatil için ayırdıkları bütçenin yüksek olduğu görülmektedir. Ancak, tatil için ayrılan bütçenin artması konaklama süresini artırmamaktadır. Gelir düzeyi yüksek katılımcılar ağırlıklı olarak 4-6 günlük konaklama süresini tercih etmektedirler. Yine konaklama süresi açısından bakıldığında yüksek lisans/doktora derecesine sahip katılımcılarında, ağırlıklı olarak 4-6 günlük konaklama süresini tercih ettikleri görülmektedir. İşletmenin, bu verileri müşterilerine sundukları/sunacakları hizmetlerin fiyat, kalite ve sürelerini belirlerken kullanması işletmenin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır.

İşletmenin sürdürülebilirliği ve müşteri devamlılığı açısından bakıldığında, özellikle kadın bireylerin tercihleri önemli faktörlerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmada tesisi ikinci defa tercih eden bireylerin ağırlıklı olarak kadın bireylerden oluştuğu dikkati çekmektedir. Yine çalışma sonuçlarına göre, yaş ortalaması yüksek olan kadın bireyler işletmeyi, çocukların doğayı tanımasını sağlamak amacıyla tercih etmektedirler. Ayrıca, bu bireyler işletme etkinliklerinin çocuklarının kişisel gelişimine önemli katkısı olduğunu düşünmektedirler. İşletme seçiminde etkili olan diğer bir husus ise katılımcıların eğitim düzeyidir. Eğitim düzeyi yüksek katılımcılar işletmeyi farklı turizm aktivitelerine katılmak amacı ile tercih etmektedirler. Katılımcıların meslekleri açısından bakıldığında ise, serbest çalışan/ticaret meslek grubundaki katılımcılar işletmeyi doğa ile baş başa kalmak amacı ile seçmektedirler. Oppermann (1996) tarafından yapılan bir çalışmada da benzer bir sonuç dikkati çekmektedir. Çalışmada Almanya'daki çiftlik turistlerinin seyahat nedenleri incelenmiş ve bu nedenlerin başında doğa/doğal çevrenin yer aldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların çok az bir kısmı hiçbir etkinliğe katılmayıp, mevcut etkinliklere katılanları izlemekle yetinmektedirler. Benzer bir değerlendirmeye Eatherley (2005) tarafından yapılan çalışmada da yer verilmiş olup, çalışmaya göre katılımcılar çiftlik turizmi faaliyetlerine bizzat katılmak yerine izleyici olarak da ilgi gösterebilmektedirler.

Bu sonuçlar, özellikle alternatif turizm ürünleri sunan işletmelerin hedef kitle ve hedef kitleye uygun hizmetlerin seçiminde demografik özelliklerin büyük önem taşıdığını göstermektedir. Hatta farklı coğrafik bölgelerden gelen katılımcılar işletmede sunulan farklı etkinlikleri tercih etmektedirler. Bu hususta tatile kiminle geldiği konusu bile farklı tercihlere sebep olmaktadır. Çalışma bulgularına göre göre tatile aileleri ile gelen katılımcılar ağırlıklı olarak çevre gezilerini tercih ederken, arkadaşları ile gelenler kişisel gelişim/yoga seçeneğini tercih etmektedirler. Williams vd., (2001), Tiraieyari ve Hamzah, (2012), Artuğer ve Kendir (2013) tarafından yapılan çalışmalarda da çiftlik turizmine ilgi duyan turistlerin genellikle yüksek eğitim seviyesine sahip oldukları ve orta yaşlı bireylerin

bahçede çalışmayı tercih ederken, genç bireylerin doğaya yönelik macera içerikli etkinlikleri tercih ettiği bildirilmektedir.

Çalışma bulgularına göre, katılımcıların işletmeyi seçmede başvurdukları en önemli bilgi kaynağı tanıdık tavsiyeleridir. Bunu internet ve internet üzerinden paylaşılan müşteri yorumları takip etmektedir. Bu durum, ekolojik temalı tatil seçimlerinde müşteri tavsiyelerinin tüketici tercihlerinde önemli derecede etkili olduğunu göstermektedir. Ekolojik çiftliklerin Türkiye turizm pazarına yeni giren ürünler olduğu düşünüldüğünde, müşteri memnuniyetinin bu işletmeler açısından daha da önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Benzer şekilde ekolojik çiftlik işletmecilerinin de, işletmelerinin internet üzerinden tanıtımına ve misafir yorumlarına önem verdikleri Ahmadova ve Akova (2016) tarafından yapılan çalışmada ifade edilmektedir.

Çalışmada katılımcılardan farklı aktivite önerileri de istenmiş olup, bu kapsamda katılımcılar çeşitli önerilerde bulunmuşlardır. Bu öneriler, ekolojik temizlik malzemesi yapmak, bitki ve hayvan türleri hakkında bilgilendirilmek, yöresel yemek kurslarına katılmak, süt sağımı ve peynir yapımının öğretilmesi şeklinde sıralanmıştır. Ancak, işletmeler, müşteri tercihlerini dikkate alırken, işletmenin belirlediği ekolojik temaya uygun olan hizmetleri seçerek müşterilerine sunmaya gayret göstermelidirler.

Türkiye, turizm çeşitliliği açısından önemli bir potansiyele sahip olup, çiftlik turizminin de, bulunduğu bölgeye sosyo-kültürel, ekolojik, ekonomik ve politik yönden pek çok etkisi bulunmaktadır (Uygur ve Akdu, 2009). Doğru bir planlama ve uygulama ile bu etkilerin öncelikle yerel ve bölgesel, sonrasında ise, ülke genelinde olumlu sonuçlar ortaya çıkaracağı yadsınamaz bir gerçektir. Ancak, dünya üzerinde yaşanan gelişmeler turist tercihlerini değiştirmiş, pazardan daha fazla pay almak isteyen işletmeleri ise, ürün çeşitlendirmeye doğru yönlendirmiştir. Turizmde, sürdürülebilirlik felsefesinin de etkisi ile ortaya çıkan yeni eğilimler, doğal ve kültürel değerlerin zarar görmesini engelleyici, tüketmekten ziyade üretmeyi, doğaya ve doğala yönelmeyi teşvik edici özellikler taşımaktadır. Ayrıca, bu eğilimler, kırsal kalkınmaya ve kültürel gelişimin sağlanmasına da katkı sağlamaktadırlar. Bu nedenlerle de ekolojik tatil çiftlikleri sürdürülebilir turizm uygulamaları açısından büyük önem taşımaktadır. Mevcut çalışmalar ve araştırma bulgularından hareketle, gelecekte alternatif turizm ürünü tercihlerinin giderek artacağı ve dolayısı ile ekolojik temalı işletmelere yapılacak yatırımların da artacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik ilkesi kapsamında turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi ve bu ürünleri tercih eden müşterilerin talepleri ile dengeli olarak pazara sunulması, hem turizm sürdürülebilirliği, hem işletmelerin sürdürülebilirliği hem de doğal kaynak sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır.

## **Teşekkür**

Çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Yurt İçi Araştırma Projeleri Destek Programı (Proje No: 1919B011401638) tarafından desteklenmiştir.

**Kaynaklar**

- Ahmadova, S., Akova, O., 2016. Türkiye’de organik ekoturizm çiftlikleri üzerine bir araştırma. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (1): 14-29.
- Akten, M., Tanrıbir, E., 2014. Determination of demands and trends of visitors for the potential of ecotourism of Isparta Eğirdir and surrounding. International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAS), 15(2): 321-342.
- Akyol, A., Tolunay, A., 2014. Sürdürülebilir orman yönetimi ölçüt ve göstergelerinin Türkiye için modellenmesi. Türkiye Ormanlık Dergisi, 15: 21-32.
- Akyol, A., Tolunay, A., 2012. Yenişarbademli ilçesinin ekoturizm potansiyeli ve gelişiminin sürdürülebilirliği üzerine değerlendirmeler. 2. Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu, 20-22 Eylül 2012, Aksaray Üniversitesi, Aksaray, s. 25-35.
- Alkan, H., 2013. Ormanlık ve orman ürünleri programı öğrencilerine yönelik bir araştırma. SDÜ Orman Fakültesi Dergisi, 14: 88-94.
- Alkan, H., Korkmaz, M., McGill, D.W., Eker, M., 2010. Conflicts in benefits from sustainable natural resources management: Two diverse examples from Turkey. Journal of Environmental Biology, 31: 87-96.
- Artuğer, S., Kendir, H., 2013. Agritourist motivations: The case of Turkey. International Journal of Business and Management, 8(21): 63-69.
- Artuğer, S., Özkoç, A.G., Kendir, H., 2013. Ta-Tu-Ta (Tarım-Turizm-Takas) çiftliklerinin pazarlanması ve tanıtılması için öneriler. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(1): 01-05.
- Busby, G., Rendle, S., 2000. The transition from tourism on farms to farm tourism. Tourism Management, 21(6): 635–642.
- Civelek, C., 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, J., 1999. Marketing structures for farm tourism: Beyond the individual provider of rural tourism. Journal of Sustainable Tourism, 7(1): 26-47.
- Çeltek, E., 2014. Çiftlik turizminde ürün geliştirme: Türkiye’deki ekolojik tarım turizmi çiftlikleri üzerinde bir inceleme. UHBAB, Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, 3(8): 90-114.
- Çubuk, M., 1996. Sürdürülebilir turizm: Turizm planlamasına ekolojik yaklaşım. 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, Alanya.
- Dernoi, L., 1983. Farm tourism in Europe. Tourism Management, 4(3): 155–166.
- Eatherley, D., 2006. Farm tourism: a way forward for the Shetland islands. MSc in Sustainable Development. University of Exeter. [http://ibrarian.net/navon/paper/A\\_DISSERTATION\\_AIMS\\_AND\\_OBJECTIVES\\_Title.pdf?paperid=11182481](http://ibrarian.net/navon/paper/A_DISSERTATION_AIMS_AND_OBJECTIVES_Title.pdf?paperid=11182481), Erişim: 02.09.2016.
- Eymen, U.E., 2007. SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri. İstatistik Merkezi Yayınları, Ankara.
- Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C., 2008. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kaypak, Ş., 2012. Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(22): 11-29.
- Kılıç, B., Kurnaz, A., 2010. Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral Vadi örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, 2(4): 39-56.
- Korkmaz, M., Başkalkan, S.N., 2011. Eğirdir Gölü ve çevresinde turizm gelişiminin sürdürülebilirliği üzerine değerlendirmeler. SDÜ Orman Fakültesi Dergisi, 12:62-69.
- Korkmaz, M., Tolunay, A., 2002. Kırsal kalkınma aracı olarak ekoturizm. Akdeniz Ülkeleri 1. Turizm Kongresi, Antalya, s. 429-443.
- Kurdoğlu, O., 2001. Koruma alanları ve ekoturizmin Karadeniz bölgesi açısından irdelenmesi. Orman ve Av, 4: 4-10.
- Leco, F., Pérez, A., Hernández, J.M., Campón, A.M., 2013. Rural tourists and their attitudes and motivations towards the practice of environmental activities such as agrotourism. Int. J. Environ. Res., 7(1): 255-264.
- Mendes, M., Pala, A., 2003. Type I error rate and power of three normality tests. Pakistan Journal of Information and Technology, 2(2): 135-139.
- Ok, K., 2010. Türkiye ormanlık sektörü açısından ekoturizm. Orman ekosistemlerinde ekoturizm çalışmayı ve 10. yılında TODEK, Türkiye Ormanlıklar Derneği Diğer Yayınlar Serisi:10, Ankara.
- Oppermann, M., 1996. Rural tourism in Southern Germany. Annals of Tourism Research, 23 (1): 86-102.
- Özdamar, K., 2004. Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi. Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ., 2002. Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2: 183-195.
- Pastoral Vadi, 2016. Pastoral Vadi kurumsal web sitesi. <http://www.pastoralvadi.com/cifligimiz.aspx#prettyPhoto>, Erişim: 10.08.2016.
- Poon, A., 1993. Tourism, Technology and Competitive Strategies. Wallingford and Newyork, CAB International.
- Sharpley, R., Vass, A., 2006. Tourism, farming and diversification: An attitudinal study. Tourism Management, 27: 1040–1052.
- Sung, H.H., 2004. Classification of adventure travelers: Behavior, decision making and target markets. Journal of Travel Research, 42(4): 343-356.
- Eröz, S.S., Bozkurt, M., 2015. Kırsal turizm kapsamında çiftlik turizmi ve Rize ilinde uygulanabilirliği. Journal of Recreation and Tourism Research, 2(1): 1-9.
- Tiraieyari, N., Hamzah, A., 2012. Agri-tourism: Potential opportunities for farmers and local communities in Malaysia. African Journal of Agricultural Research, 6 (31): 4357-4361.
- Uygur, S.M., Akdu, U., 2009. Çiftlik turizmi, kırsal, tarım ve ekoturizmin kavramsal açıdan irdelenmesi. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1: 143-166.
- Williams, P., Paridaen, M., Dossa, K., Dumais, M., 2001. Agritourism market and product development status report. Centre For Tourism Policy and Research, Simon Fraser University Burnaby, BC, April 30, Canada.
- Yılmaz, H., 2008. Turizm çeşitlendirmesi kapsamında ekoturizmin ürünü olarak tatil çiftlikleri: Türkiye’deki tatil çiftliklerine yönelik SWOT analizi. Doktora tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.