

Ziyaretçilerin Kırsal Turizm Algulamaları: Halfeti Örneği

Tahir DEMİR¹ Mehmet Reşit SEVİNÇ¹ Ali Rıza MANCI^{2*}

¹Harran Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

²Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü

*Corresponding author e-mail: armanci@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4618-5891

Received:09.12.2023 Accepted:27.12.2023

Özet

Son yıllarda geleneksel turizm faaliyetlerine olan ilginin kırsal alanlara doğru arttığı görülmektedir. Kırsal alanlarda ekonomik faaliyetler ağırlıklı olarak doğal kaynakların işlenerek değerlendirilmesine bağlıdır. Bu alanlarda bireyler arasında yüz yüze ilişkiler daha yaygındır. Ayrıca bu alanlarda toplumsal yaşamı düzene sokan kurallar genellikle örf ve adetlerdir. Tüm bu niteliklere bağlı olarak bu alanlarda toplumsal, ekonomik, kültürel değişimler ve gelişmeler oldukça yavaş ve gecikmelidir. Kırsal kalkınma ise; nitelikleri bahsedilen bu kırsal alanlarda toplumsal anlamda gelişmeyi ifade etmektedir. Bu süreç ekonomik, sosyal ve kültürel değişimin beraber yaşanmasını gerekli kılmaktadır. Kırsal alanlarda ekonomik anlamda refah seviyesinin artırılması olumlu karşılanırken, sosyal ve kültürel anlamda kırsal alanın dokusunun bozulmaması ve kendi iç dinamiklerine bağlı niteliklerini kaybetmemesi istenir. Bu çalışmanın amacı Halfeti ilçesini ziyaret eden turistlerin kırsal turizm algılarını tespit etmektir. Bu algıların ziyaretçilerin kimi demografik değişkenlere göre değişip değişmediğini ortaya koymaktır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Halfeti ilçesini ziyarete gelen 385 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır. Ziyaretçilerin; orta yaş grubunda, eğitim seviyelerinin yüksek, gelir seviyelerinin ise ortalama düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçiler çoğunlukla günübirlik gezilere ve faaliyetlere katılmakta ve konaklamamaktadırlar. Ziyaretçiler tarafından Halfeti ilçesinin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginliklerin tatmin edici düzeyde olduğu belirtilmiştir. Ancak Halfeti ilçesinin tanınırlığını arttırmaya, konaklama imkânlarının sağlanmasına ve farklı sosyal-sportif faaliyetlerin yapılmasına yönelik taleplerin varlığı tespit edilmiştir. Çalışmada bu taleplerin sağlanmasına, Halfeti ilçesinin turizm değerinin artırılmasına, dolayısıyla sürdürülebilir kırsal kalkınmanın sağlanabilmesine yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kırsal alan, kırsal kalkınma, kırsal turizm, Halfeti, Şanlıurfa

Visitors' Perceptions of Rural Tourism: Halfeti Case Study

Abstract

In recent years, it is seen that the interest in traditional tourism activities has increased towards rural areas. Economic activities in rural areas mainly depend on the processing and utilisation of natural resources. In these areas, face-to-face relationships between individuals are more common. In addition, the rules that organise social life in these areas are generally customs and traditions. Depending on all these qualities, social, economic and cultural changes and developments in these areas are quite slow and delayed. Rural development, on the other hand, refers to social development in these rural areas. This process requires economic, social and cultural changes to be experienced together.

^a Bu çalışma Tahir Demir'in hazırladığı yüksek lisans tezinden türetilmiş olup, 21102 numaralı proje olarak Harran Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi (HÜBAP) tarafından desteklenmiştir. / This study was written from Tahir Demir's master's thesis and was supported by Harran University Scientific Research Projects Unit (HÜBAP) as project number 21102.

While increasing the level of welfare in rural areas in the economic sense is welcomed positively, in the social and cultural sense, it is desired that the texture of the rural area should not deteriorate and lose its qualities due to its own internal dynamics. The aim of this study is to determine the rural tourism perceptions of tourists visiting Halfeti district. It is to reveal whether these perceptions change according to some demographic variables of the visitors. Convenience sampling method was used in the study. A face-to-face questionnaire was applied to 385 people who visited Halfeti district. It was determined that the visitors were in the middle age group, their education levels were high and their income levels were average. Visitors mostly participate in day trips and activities and do not stay. It was stated by the visitors that the natural and cultural richness of Halfeti district is at a satisfactory level. However, it has been determined that there are demands to increase the recognition of Halfeti district, to provide accommodation opportunities and to carry out different social-sportive activities. In the study, suggestions are presented to meet these demands, to increase the tourism value of Halfeti district, and thus to ensure sustainable rural development.

Key Words: *Rural areas, rural development, rural tourism, Halfeti, Şanlıurfa*

1. Giriş

Son yıllarda artan kitle turizminin yol açtığı aşırı kalabalıklaşma, hava, su ve gürültü kirliliği, trafik sorunları vb. kimi olumsuzluklar gezginlerin daha sakin ortam olan doğa ile iç içe kırsal alanlara yönelmesine neden olmuştur. Böylece sürdürülebilir bir turizm çeşidi olan kırsal turizme ilgi artmıştır [1].

Kırsal turizm faaliyetleri sürecinin en önemli ayırt edici özelliği turizm faaliyetlerinin kırsal alanlarda gerçekleşmesidir. Kırsal turizm; kırsal alanlara yapılan ziyaretler, doğal ortamlarda ve çevre ile iç içe geçirilen zaman, yöresel nitelik taşıyan ürünlerden satın alma ve sunulan hizmetlerden faydalanma, yöresel ve kırsal nitelikleri taşıyan mekânlarda konaklama, kırsal alanlarda yapılabilecek etkinliklere katılma, en önemlisi kırsal alanların kültürlerini tanımak ve anlamak faaliyetleridir [2, 3, 4].

Öte yandan sanayileşme ve hızlı kentleşmenin yol açtığı olumsuzluklar sonucu ortaya çıkan kırsal turizm Soykan'a göre (1999) [5] “*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*”. Buna bağlı olarak, kırsal turizm, kırsal alanlarda faaliyetlerde bulunan bir turizm türü olup birçok özelliği içerisinde barındırmaktadır. Yıl boyunca yapılabilen, sürdürülebilirlik [6] ilkesine uygun, doğanın ve kültürel mirasın korunmasına yardımcıdır [7]. Ayrıca kırsal turizm, yerel üretilen yiyecek ve içecekleri, yerel kültüre ait bazı rekreasyonel faaliyetleri de sunmaktadır [8]. Bu özellikleriyle kitle turizminden farklılaşmaktadır. Kırsal turizm kıyı turizmine alternatif olarak ortaya çıktığından kitle turizminin neden olduğu olumsuzlukları giderebileceği ileri sürülmektedir [9]. Bununla birlikte kırsal alanların turizm faaliyetleri aracılığıyla kalkınmasının gerçekleştirilebileceği vurgulanmıştır [10]. Oysa farklı görüşte olan bazı araştırmacılar, kırsal turizm faaliyetlerinin bir yerde yoğunlaşması çevrenin bozulacağı dolayısıyla sürdürülebilirliğe zarar verebileceği kaygısını taşımaktadırlar [11]. Demir & Aracı'ya göre (2022) [12] kırsal turizmin ayırt edici en temel özelliğinin yöresel unsurlarla bütünleşik olmasıdır. Bu çerçevede, kırsal alanlarda yapılan her ekonomik ve sosyal faaliyetin kırsal turizm bağlamında değerlendirilemeyeceğini ifade etmiştir.

Kırsal turizm çalışmalarında son yıllarda artış gözlenmektedir [13]. Alinyazında kırsal turizm çeşitli yönlerden araştırılmıştır. Kırsal turizme ilişkin lisansüstü çalışmaların büyük çoğunluğunda belirli bir bölgenin kırsal turizm potansiyelinin belirlenmesi ve yerel halkın kırsal turizme karşı tutumu araştırılmıştır [14]. Yerel halkın [1] destekleyici tutumlarını belirleyen araştırmalar hem ulusal hem de uluslararası literatürde göze çarpmaktadır. Örneğin Chuang

(2010) [15] ekonomik kazanç elde eden yerel halkın kırsal turizme yönelik tutumlarının olumlu olduğunu belirlemiştir. Bununla birlikte kırsal turizm katılımcılarının bakış açılarını ele alan çalışmalar [16], model önerisi üzerinden yürütülen araştırmalar ve bir yerin kırsal turizm potansiyelini [17, 18] ortaya koyan çalışmalar şeklinde sınıflandırılabilir [19]. Öte yandan birçok yazar, kırsal alanlarda turizmin çok sayıda olumsuz etkiye yol açabileceğini belirtmiştir [13].

Çeşitli faaliyetleri içeren kırsal turizmin, kırsal alan ekonomilerine yardımcı [20], yerel ürünlerin kullanımını arttıran ve yerel etkinliklere katılımı sağlayıcı bir rolünün bulunduğu belirtilmektedir [21]. Bu çeşit faydalardan yararlanmak isteyen kırsal destinasyonların incelenmesi ve potansiyellerinin belirlenerek gerekli adımların atılması önemlidir. Bu alanlardan biri de Şanlıurfa'nın Halfeti ilçesidir. İlçenin kırsal kalkınmasının kırsal turizm faaliyetleriyle gerçekleşebileceği düşünülmektedir. Bunun için çalışmadan elde edilen sonuçların yerel yöneticilere bir temel oluşturacağı düşünülmektedir.

Literatürde Şanlıurfa'nın Harran, Halfeti, Göbeklitepe gibi turistik yerlere sahip olmasına rağmen kırsal turizme ilişkin çalışmalar kısıtlıdır. Bu çalışmanın amacı Halfeti ilçesini ziyaret eden turistlerin kırsal turizm algılarını tespit etmektir. Bu algıların ziyaretçilerin kimi demografik değişkenlere göre değişip değişmediğini ortaya koymaktır. Buna bağlı olarak, çalışmanın bulguları yerel yöneticilere yol gösterici olacağı beklenmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

Genel olarak turizm faaliyetlerinin yaygınlık kazanması kültüre duyulan ilginin artması, kitle iletişim ve internet teknolojilerindeki gelişmeler, yöresel ve özel yemeklere artan ilgi, kırsal yörelerdeki samimi insan ilişkileri, ekolojik yaşam bilincinin artması ve eğitim seviyesinin yükselmesi, psikolojik sağlık etkeni, yaşlı ama aktif nüfusun artması, kırsal bölgelerde farklı eğlence alternatiflerinin varlığı, kırsal acentelerin faaliyetleri, kentlerde yaşayan insanların bir kısmının kırsal kökenli olması ve eski hayat tarzına geri dönme isteği duyması, insanların çeşitli dini ve millî bayramlardaki tatillerini kırsal bölgelerde yaşayan eş dost ve akrabalarıyla geçirmeyi tercih etmesi, kırsal bölgeye özgü festivallerin ve şenliklerin ilgi uyandırması, kırsal turizmin bir kalkınma aracı [22] olarak görülmesi, kırsal kökenlik ve akrabalık ilişkileri kırsal turizm eğilimlerine ivme kazandırmıştır [23].

Son yıllarda artış gösteren kırsal turizm çalışmalarının [24] ortak özelliği belirli kırsal alanların turizm faaliyetleri aracılığıyla kırsal kalkınmalarının gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Örneğin Siirt ilinin kırsal turizm potansiyelini SWOT analizi yardımıyla çıkarsamaya çalışan Gaberli Can & Gaberli (2023) [25] bu olanakların kalkınmaya yönelik politikaları destekleyici yönde kullanılabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Lane (1994) [26] ise, kırsal turizmi, yoğunluk ve bölgeye göre değişiklik gösterebilen farklı özelliklere sahip ayrı bir turizm faaliyeti olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte kırsal turizm bir alanda sosyal, kültürel, çevresel [27] ve ekonomik olarak hem olumlu hem de olumsuz sonuçları Kadanalı & Yazgan (2012) [28] olabileceği bu durumda yerel halkın katılımıyla bu sorunların aşılabileceği belirtilmiştir [29].

Farklı ülkelerde de kırsal turizme yönelik çeşitli tanımlar geliştirilmiştir. Örneğin Finlandiya'da; kırsal turizm, uzak mekanlarda yer alan kulübelerin ziyaretçilere kiralanması ve kırsal alanlarda yiyecek içecek hizmetlerinin geliştirilmesidir. Macaristan'da ise sadece köylerde gerçekleştirilen yöreye özgü konaklamayı, yerel aktiviteleri ve tarımı kapsayan hizmetlerdir. Hollanda da ise; özellikle çiftliklerde kamp yapmak ve bisiklete binmek, ata binmek ve yürümek gibi rotası belirlenmiş aktivitelere katılmak iken, Yunanistan'da geleneksel mobilyalarla döşenmiş odalarda konaklamak ve ev yapımı ürünlerle geleneksel biçimde beslenmektir [30].

Akbulak (2016) [31], Ardahan ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilebilmesi amacıyla yedi adet strateji önerilmiştir. Kırsal turizm yapısının, rotasının ve envanterinin çıkarılması, sahip olunan turizm değerlerinin belirlenerek tanınırlığının yapılması, turizm ile ilgili paydaşların belirlenerek bunlar arasındaki işbirliği köprüsünün kurulması, Yerel halka girişimcilik ve kırsal turizm eğitimlerinin verilmesi, ev ve butik pansiyonculuk sisteminin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi, ulaşımaya yönelik altyapının yenilenmesi ve iyileştirilmesi ve kırsal turizmin her anlamda sürdürülebilir bir yapıda olmasının sağlanmasıdır.

Güney ve Göller (2016) [32] Misi köyünde yaşamını sürdüren yerel halkın kırsal turizme yönelik yaklaşımlarını belirlemeye çalışılarak, Köyün, sahip olduğu nitelikleri itibarıyla kırsal turizm potansiyelinin de oldukça yüksek olduğunu, yürütülen kırsal turizm faaliyetlerinin köyün ekonomisinde önemli bir yer tuttuğunu, ancak yerel halkın, köyün sahip olduğu potansiyeli tam olarak kullanmadığını ve bunun en önemli nedeninin köydeki turistik tesis sayısının yetersizliği olduğunu savunarak, kırsal turizm gelirlerinin istenilen düzeyde olmadığını ortaya koymuştur. Bunun için ilgili kurumların köyün niteliğini bozmadan altyapı çalışmaları ve tanıtım faaliyetlerinde bulunması gerektiğini bildirmiştir.

Çetin vd., (2017) [33] ise, kırsal alanlarda istenilen düzeyde bir kalkınmanın sağlanabilmesi için turizmin kullanılabilirliğini, kırsal turizm özellikle sosyo-ekonomik olarak gelişmemiş ya da gelişmekte olan ve kalkınmada sorun yaşayan alanlarda fırsat sunabileceğini; toplumların sosyolojik, ekonomik ve kültürel yapı dinamiklerinin değişmesi nedeniyle turizm faaliyetlerinin de kıyı turizmi gibi geleneksellikten uzaklaştığını öne sürmüştür. Ayrıca turizm talebinin geleneksel faaliyetlerden kırsal alanlara yöneldiğini, ancak bu yönelişin kırsal alanların niteliğinin bozulması ve çevre kirliliği gibi tehlikeleri de beraberinde getirdiği belirtilmiştir. Bu nedenle kırsal alanlarda yapılacak turizm faaliyetlerinin ve etkinliklerinin sürdürülebilirlik stratejileri kapsamında yapılmasının oldukça önemli olduğu, bu nedenle tüm paydaşların önceliğinin özellikle Kandıra ilçesinin kırsal alanlarda uygulanabilir sürdürülebilir kırsal turizm modeli üzerinde olmasının gerekliliğini savunmuştur. Akan (2022) [34] kırsal turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğine ilişkin yerel halkın görüşlerini belirlemiş olup, yaş, eğitim durumu ve ikamet ettikleri yere göre yerel halkın tutumunda bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Kentsel alanlara göre daha az gelir düzeyine sahip kırsal alanların kırsal turizmden elde ettikleri gelirler sayesinde kırsal ile kent arasındaki gelişmişlik farkı zamanla azalmaktadır. Kırsal alanlarda yaşayan insanların yaşadıkları alanlarda yeterli bir gelire sahip olması kırsaldan kente doğru gerçekleşen nüfus hareketliliğini de azaltmaktadır. Bu sebeple kırsal alanlardaki turistik arz kaynaklarına verilen önem de gittikçe artmaktadır [35].

Martínez vd., (2019) [36] çalışmalarında; İspanya’da bir grup kırsal destinasyonun mevsimsellik seviyesini kıyı ve kentsel destinasyonlar ile karşılaştırmaktadır. Araştırmacılara göre; turizm, kırsal ortamların sürdürülebilir kalkınmasında kilit bir sektördür. İstikrarlı istihdam ve kabul edilebilir düzeyde kâr yaratma kabiliyeti, yıl boyunca turizm faaliyetlerinin istikrarı ile koşullandırılmıştır. Xue & Kerstetter (2019) [37] Araştırmacılara göre; kırsal turizm genellikle kırsal kalkınma ve yoksulluğun azaltılması için iyi bir seçenek olarak kabul edilir. Keza Fang (2020) [38] kırsal turizmi öncelikle yerel halka fayda sağlayabilecek bir araç olarak görmektedir. Kırsal turizmden elde edilen ek gelir, kaybedilen halk sanatları ve el sanatlarının yeniden canlanmasına katkı sağlamaktadır.

3. Materyal ve Yöntem

3.1. Materyal

Çalışmanın ana materyalini Halfeti ilçesini gününbirlik ya da konaklama amacıyla ziyarete gelen misafirlerden elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Araştırma sahası olan Halfeti ilçesinde 385 ziyaretçi ile yüz yüze anket yapılmıştır. Anket formunda sorulan sorular dört ana başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar; sosyo-demografik özellikler, ekonomik özellikler, tercih nedenleri ve beklentileri karşılama durumu ve istenilen yeniliklerdir. Ziyaretçilere yönelik 23 maddeden oluşan Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Puanlamada 1. kesinlikle katılmıyorum, 2. katılmıyorum, 3. Ne katılıyorum ne de katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle katılıyorum görüşlerine karşılık gelmektedir. Anket formu için Harran Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 15.02.2021 tarihinde 11702 sayılı onay/uygunluk kararı alınmıştır.

Halfeti Belediyesi ve Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2019 yılında Halfeti ilçesini yaklaşık 600 bin kişinin ziyaret etmiştir [39]. Örneklem hesaplanmasında hata payı $\pm\%5$ güven seviyesi ise $\%95$ alınmıştır. Katılımcılar kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir [40].

3.2. Yöntem

İlk olarak katılımcılara yöneltilen ifadelere faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda, kavramsal olarak anlamlı ve birbirinden bağımsız yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) haline getiren çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir [41]. Faktör analizi ile elde edilen her bir yeni değişkene ait faktör skorlarının özelliği normal dağılım şartını sağlıyor olmaları ve çoklu bağlantı problemi taşıyor olmalarıdır.

Faktör analizi ile elde edilen faktörlere katılımda ziyaretçilerin “cinsiyet, yaş, medeni hâl, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi” özelliklerine göre bir farklılık olup olmadığını görmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü ANOVA’dan faydalanılmıştır. Bu aşamada “cinsiyet ve medeni hal” değişkenlerine bağımsız örneklem t-testi, “yaş, gelir ve eğitim” değişkenlerine ise tek yönlü ANOVA uygulanmıştır. Tek yönlü ANOVA analizinde ilk olarak grup varyans eşitliği varsayımını test etmek amacıyla Levene testi uygulanmıştır. Varsayımı sağlamayan değişkenlerde ANOVA sonucu elde edilen F ve p değerlerini kullanamayız. Bunun yerine Brown–Forsythe ve Welch testlerinden biri tercih edilmeli ve bu testler sonunca elde edilen F ve p değerleri kullanılmalıdır [42]. Bu çalışmada Welch testi ile elde edilen değerler kullanılmıştır. Gruplar arası çoklu karşılaştırmalarda; varyansların eşitliğinin sağlandığı durumlarda Bonferroni Post-Hoc testi uygulanmış, sağlanmadığı durumlarda ise Tamhane T2 Post-Hoc testi uygulanmıştır.

4. Bulgular

Ziyaretçilerin $\%51,7$ 'si kadın, $\%48,3$ 'ü erkektir. Ziyaretçilerin $\%83,6$ 'sı 39 yaş ve altındadır. Ziyaretçilerin ortalama yaşı 29,89 yıldır. Kadın ziyaretçilerin ortalama yaşı 29,32 yıl, erkeklerin ise 30,50 yıldır. Ziyaretçilerin $\%58,7$ 'si bekârdır. Kadınların $\%59,3$ 'ü, erkeklerin $\%58,1$ 'i bekârdır. Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu ($\%65,5$) lisans/lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Kadın ve erkeklerin eğitim düzeyleri ile ilgili çok büyük bir farklılık olmamakla beraber kadın ziyaretçilerin eğitim düzeyinin erkek ziyaretçilere göre biraz daha yüksek olduğu söylenebilir.

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

Çizelge 1. Toplam açıklanan varyans değerleri

Faktör	Başlangıç Özdeğerleri			Dönüşüm Sonrası Kareli Yüklerin Toplamı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif Varyans (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif Varyans (%)
1	6.20	26.96	26.96	3.17	13.78	13.78
2	2.43	10.58	37.54	2.39	10.42	24.20
3	2.00	8.70	46.25	2.30	10.03	34.23
4	1.38	6.02	52.27	2.29	9.95	44.18
5	1.30	5.67	57.94	1.93	8.40	52.59
6	1.07	4.65	62.60	1.80	7.84	60.44
7	1.01	4.40	67.00	1.51	6.56	67.00

Her bir faktöre ait ifadeler ve bu ifadelere ait faktör yükleri Çizelge 3’de yer almaktadır. Birinci faktör (misafirperverlik) toplam varyansın %13.781’ini, ikinci faktör (kültürel ve doğal güzellik) %10.421’ini, üçüncü faktör (fiziksel çevre) %10.030’unu, dördüncü faktör (paranın karşılığı) %9.955’ini, beşinci faktör (güvenlik) %8.408’ini, altıncı faktör (sosyal etkinlik) %7.849’unu, yedinci faktör (atmosfer) %6.565’ini açıklamaktadır.

Çizelge 3. İfadelerin faktör yükleri

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

İfadelerin tamamına ait Cronbach Alpha katsayısı 0.865 bulunmuş olup, yüksek güvenilirlik düzeyini sahiptir. Misafirperverlik, kültürel ve doğal güzellik, fiziksel çevre ve paranın karşılığı faktörlerinin yüksek güvenilirlik düzeyine, güvenlik ve sosyal etkinlik faktörlerinin yeterli güvenilirlik düzeyine sahip olduğu, atmosfer faktörünün ise düşük güvenilirlik düzeyinde olduğu görülmektedir.

Çizelge 4. Faktörlere ilişkin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları

Faktörler	Madde Sayısı	Cronbach Alfa
Misafirperverlik	4	0.898
Kültürel ve Doğal Güzellik	3	0.811
Fiziksel Çevre	4	0.741
Paranın Karşılığı	4	0.715
Güvenlik	2	0.680
Sosyal Etkinlik	3	0.654
Atmosfer	3	0.580
Toplam	23	0.865

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre misafirperverlik faktörüne ilişkin analiz sonuçları Çizelge 5’de verilmiştir. Buna göre, medeni hal, yaş, gelir değişkenleri istatistiki olarak anlamlıdır ($p < 0,05$). Grup ortalamalarından evli olan ziyaretçilerin bekâr olan ziyaretçilere göre misafirperverlik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile evli olan ziyaretçiler Halfeti’de bulunun yerel halk ve esnafı bekâr olan katılımcılara göre daha misafirperver olarak görmektedirler. Tamhane’s T2 Post-Hoc testi sonucuna göre, 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçilerin 40-49 yaş aralığında olan ziyaretçilere göre misafirperverlik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Yine test sonuçlarında yer alan diğer ortalama farklarına bakıldığında ise istatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte, 24-29 ve 30-39 yaş aralığında olan ziyaretçilerin 40-49 yaş aralığı ile 50 yaş ve üzerinde olan ziyaretçilere göre misafirperverlik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile genç yaşta olanlar daha yüksek yaş gruplarına göre Halfeti’de bulunan yerel halk ve esnafı daha az misafirperver olarak görmektedir.

Çizelge 5. Misafirperverlik faktörüne ait analiz sonuçları

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

+ Varyansların homejenliği varsayımı sağlanamadığından Welch testi uygulanmıştır.

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

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre “Kültürel ve doğal güzellik faktörüne” ilişkin analiz sonuçları Çizelge 6’da verilmiştir. Buna göre, yaş ve gelir değişkenleri istatistiki olarak

anlamlıdır ($p < 0.05$). Bonferroni Post-Hoc testi sonucuna göre, 50 yaş ve üzeri olan ziyaretçilerin diğer yaş aralıklarında olan ziyaretçilere göre kültürel ve doğal güzellik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 50 yaş üzerindeki ziyaretçiler Halfeti'yi kültürel ve doğal güzellik konusunda diğer yaş gruplarına göre daha tatmin edici bulmaktadırlar.

Çizelge 6. Kültürel ve doğal güzellik faktörüne ait analiz sonuçları

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

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre fiziksel çevre faktörüne ilişkin analiz sonuçları Çizelge 7'de verilmiştir. Buna göre, medeni hal, yaş ve gelir değişkenleri anlamlıdır ($p < 0.05$). Grup ortalamalarından bekâr olan ziyaretçilerin evli olan ziyaretçilere göre fiziksel çevre faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri anlaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile bekâr olan ziyaretçiler Halfeti'nin fiziksel çevresini evli olan ziyaretçilere göre daha yeterli görmektedir. Tamhane's T2 Post-Hoc testi sonucuna göre, 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçilerin 40-49 yaş aralığı ile 50 yaş ve üzeri olan ziyaretçilere göre fiziksel çevre faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçiler Halfeti'nin fiziksel çevresini 40 yaş üzerinde olan ziyaretçilere göre daha yeterli görmektedirler.

Çizelge 7. Fiziksel çevre faktörüne ait analiz sonuçları

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

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre Fiyat faktörüne ilişkin analiz sonuçları Çizelge 8’de verilmiştir. Çizelgeye gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, aylık 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilerin 4 000 TL ve altı ile 4 001-6 000 TL arası gelire sahip olan ziyaretçilere göre fiyat faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçiler daha az gelire sahip olan ziyaretçilere göre fiyatları daha makul görmektedirler.

Çizelge 8. Fiyat faktörüne ait analiz sonuçları

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

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre Güvenlik faktörüne ilişkin analiz sonuçları Çizelge 9’da verilmiştir.

Çizelge 9. Güvenlik faktörüne ait analiz sonuçları

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

Çizelge 9’a gelir değişkeni için bakıldığında, değişkene ait analiz sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Anlamlılığın nedenini görmek amacıyla analiz çıktılarında yer alan Bonferroni Post-Hoc testi sonuçlarına bakıldığında, aylık 10 000 TL üzeri gelire sahip olan ziyaretçilerin diğer gelir gruplarında olan ziyaretçilere göre güvenlik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 10 000 TL üzeri gelire

sahip olan ziyaretçiler Halfeti'yi güvenlik konusunda daha az gelire sahip olan katılımcılara göre yetersiz görmektedir.

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre sosyal etkinlik faktörüne ilişkin analiz sonuçları Çizelge 10'da verilmiştir. Buna göre, cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim değişkenleri istatistiki olarak anlamlıdır ($p < 0.05$). Grup ortalamalarına bakıldığında erkek olan ziyaretçilerin kadın olan ziyaretçilere göre sosyal etkinlik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile erkek olan ziyaretçiler Halfeti'yi sosyal etkinlik konusunda kadın olan ziyaretçilere göre daha tatmin edici bulmaktadırlar. Bonferroni Post-Hoc testine göre, 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçilerin 24-29 yaş aralığında olan ziyaretçilere göre sosyal etkinlik faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile 18-23 yaş aralığında olan ziyaretçiler Halfeti'yi sosyal etkinlik konusunda 24-29 yaş aralığında olan ziyaretçilere göre daha tatmin edici bulmaktadırlar. Bonferroni Post-Hoc testi sonucuna göre, üniversite düzeyinde eğitime sahip olan ziyaretçilerin diğer eğitim düzeylerine sahip olan ziyaretçilere göre sosyal etkinlik faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile üniversite düzeyinde eğitime sahip olan ziyaretçiler Halfeti'yi sosyal etkinlik konusunda daha düşük eğitim düzeyine sahip olan ziyaretçilere göre tatmin edici bulmamaktadırlar.

Çizelge 10. Sosyal etkinlik faktörüne ait analiz sonuçları

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

Ziyaretçilerin belirlenen değişkenlere göre atmosfer faktörüne ilişkin analiz sonuçları Çizelge 11'de verilmiştir.

Çizelge 11. Atmosfer faktörüne ait analiz sonuçları

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

Çizelge 11’de görüldüğü üzere, cinsiyet ve eğitim değişkenleri istatistiki olarak anlamlıdır ($p < 0.05$). Grup ortalamalarına bakıldığında kadın ziyaretçilerin, erkek ziyaretçilere göre atmosfer faktörüne daha olumlu katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile kadın ziyaretçiler, erkek ziyaretçilere göre Halfeti’yi daha farklı ve benzersiz görmektedirler. Bonferroni Post-Hoc testi sonucuna göre, ortaokul düzeyinde eğitime sahip olan ziyaretçilerin diğer eğitim düzeylerine sahip ziyaretçilere göre atmosfer faktörüne daha olumsuz katılım gösterdikleri görülmektedir. Diğer bir ifade ile diğer eğitim düzeylerine sahip ziyaretçiler, ortaokul düzeyinde eğitime sahip olan ziyaretçilere göre Halfeti’yi daha farklı ve benzersiz görmektedirler.

5. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Molera & Pilar’a göre (2007) [43] kırsal turizm faaliyetlerine katılan ziyaretçi profili genellikle genç ve orta yaş grubunda yer alan bireylerden oluşmaktadır. Bu yaş grubundaki kişileri kırsal turizm alanlarına iten temel nedenler ise; huzur, doğa, rahatlık, özgürlük ve standart yaşam koşullarından uzaklaşma isteğidir. Dolayısıyla kırsal turizm “yetişkin ve yaşlı turizmi” ve “aile turizmi” olarak bilinmektedir [7].

Araştırma sahasında kırsal turizm faaliyetlerinden faydalananların çoğunlukla orta yaş ve altı bireylerden oluştuğu ve bu sonucun diğer akademik çalışmalar ile benzerlik gösterdiği daha önce belirtilmişti. Ancak araştırma alanında medeni hâl ile ilgili elde edilen bulgular konusunda diğer akademik çalışmalardan elde edilen bulgular ile farklılıklar bulunmaktadır. Kırsal alanları ziyaret edenlerin profilleri üzerine yapılan diğer akademik çalışmalarda, kırsal turizm faaliyetlerine çoğunlukla evli aile bireylerinin katıldığı tespit edilmiştir. Araştırma sahasındaki bulgularda ise bekâr ziyaretçi oranının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Kırsal turizm faaliyetlerine katılan ziyaretçilerin eğitim düzeyleri genellikle yüksektir [44, 45, 46, 47].

Tarım turizminin yapılacağı yerin güvenli olması gerekir. Bunun yanında yerel halkı ve yöneticileri bir araya getirecek çalıştay, konferans tarzı çalışmaların yapılması yöreyle ilgili herhangi bir kararın alması durumunda ise oradaki halkın görüşleri alınmalıdır. Tarım turizmi alanında çalışacak kişilerin sayısı artırılıp biraz daha bu konunun üzerine düşmeleri gerekir. Literatür taramasında agro turizm ile agri turizm kavramlarının ayrımı tam olarak

yapılmamaktadır. Kaynak taramada sıkça karşılaşılan sorunlardan biridir. Tarım turizmi günümüz gelişen dünya ekonomisi içerisinde yer almaya başlamıştır. Ülkelerdeki sezonluk turizm tarım turizmi sayesinde bütün mevsime dağıtılmış olacaktır. Turistlere rehberlik edecek kişinin her gün gördüğü ve onun için sıradanlaştığı bir şey bile olsa onu anlatması gerekir. Çünkü rehber için sıradanlaşan bir durum gelen turistler için çok daha farklı olabilir. Kadın işgücü atıl olmaktan çıkarılıp aktif hale getirilmiştir. Köyden kente olan göçü engellemede bir çözümdür. Tarım turizmi yerinde kalkındırma için etkili bir çözümdür. Yerel halkın gelirinin artmasıyla sosyal refah düzeyi de iyileştirecektir. Tarım turizmi için seçilecek yerin özelliklerine dikkat edilmediği takdirde dezavantaj oluşturacaktır.

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

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

Turistik amaçla Halfeti ilçesini ziyaret edenler orta yaş ve altı, bekâr, eğitim düzeyi yüksek, gelir düzeyi orta gelir grubundan olan kadın ve erkek bireylerden oluşmaktadırlar. Ziyaretçiler ile yapılan görüşmelerde Halfeti ilçesinin kültürel ve doğal güzellik, güvenlik, aktivite ve hizmet ücretlerinin düzeyi, atmosfer, misafirperverlik gibi konularda yeterli ve tatmin edici düzeyde memnuniyet tespit edilmiştir. Bununla birlikte fiziksel çevre, temizlik, sosyal ve sportif faaliyetler konusunda çok kötü olmasa da daha iyi olabileceği yönünde görüşler tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin görüşleri, memnuniyet düzeyleri ve beklentileri göz önünde bulundurularak, Halfeti ilçesinin kırsal turizm potansiyelinin artırılabilmesi hususunda aşağıdaki öneriler sunulmuştur. Her ne kadar yerel halk ve işletmelere yönelik memnuniyet düzeyi tatmin edici seviyede olsa da ilçedeki yerel halk ve turistik işletme sahipleri kırsal kalkınma ve kırsal turizm hakkında bilgilendirilmeli; yerel yönetim, üniversitenin ve kamu kurumlarının ilgili birimleri aracılığı ile çeşitli eğitim programları oluşturularak kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik adımlar atılmalıdır.

Ziyaretçilerin tamamına yakını günübirlik ziyaret amacı ile gelen bireylerden oluşmaktadır. Bölgede konaklama imkânlarının yeterli düzeyde olmaması bu tablonun ortaya çıkmasında önemli bir etkidir. Mevcut sosyal tesisler temizlik, hizmet vb. açıdan geliştirilmeli ve ilçenin doğal yapısını bozmadan, yörenin doğasına ve mimarisine uygun malzemeler kullanılarak yeni butik otel ve pansiyonlar yapılmalıdır.

Ziyaretçilerin konaklama gün sayılarını arttırmak amacı ile doğa ile iç içe olmak isteyen misafirler için yeterli alt yapı imkânlarının sunulduğu ve doğal yapıyı bozmayacak şekilde, karavan ve çadır kamplarının kurulması da gerekmektedir. Ziyaretçiler ile yapılan görüşmelerde en çok istek bu husus üzerinde olmuştur.

İlçede yapılan tekne gezileri konusunda memnuniyet tatmin edici düzeydedir. Ancak ziyaretçiler tarafından yürüyüş ve bisiklet yolları, dalış ve yüzme alanları, farklı doğa sporları aktivite hizmetleri gibi istekler dile getirilmiştir. Doğal yapıyı bozmayacak şekilde bu istekleri karşılayacak düzeyde yeni yatırımların yapılması ve faaliyete geçirilmesi gerekmektedir.

İlçeye gelen yerli ve yabancı turistlere; butik otel, pansiyon, restoran, kafe, tekne ve diğer küçük işletme sahipleri en iyi hizmeti uygun bir fiyatla sunmalıdır. Her ne kadar ücret konusunda ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri tatmin edici düzeyde olsa da standartların sağlanması ve ilgili birimlerce denetimlerin yapılması gerekmektedir.

Kırsal turizm ve dolayısıyla kırsal kalkınma için gerekli olan önemli bir konu tanıtımdır. Her bir doğal alan ve ürün için web sitesi açılması, yöresel ürünler için geleneksel festival ve fuarlar düzenlenmesi, özel ve resmi TV kanallarında ve radyolarda yayınlara katılarak ilçe hakkında bilgi verilmesi gerekmektedir.

İlçede bulunan butik otel, pansiyon, restoran, kafe, tekne ve diğer küçük işletme sahipleri çeşitli tur firmalarıyla beraber çalışarak ilçenin kırsal turizmde sürekliliğini sağlamaya çalışmalıdır. İlçedeki bütün konu ile ilgili kurum ve kuruluşlar (Belediye, Kaymakamlık, Meslek Yüksekokulu, Sivil Toplum Kuruluşları, Muhtarlıklar vb.) kırsal turizm ve kırsal kalkınma ile ilgili programları koordineli bir şekilde belirlemeli, eşgüdümlü hareket etmelidir. İlçede kırsal turizmin gelişmesi ve kırsal kalkınmanın sağlanması için ilgili konularda kalifiyeli personelin yetiştirilmesi ve bu personellerin istihdamının sağlanması gerekmektedir.

Sonuç olarak, Halfeti ilçesinde kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için kırsal turizm önemli bir yere sahiptir. Kırsal turizm ve dolayısıyla kırsal kalkınma için yeterli doğal, kültürel ve beşerî kaynak bulunmaktadır. Bu kaynakların verimli bir şekilde kullanılabilmesi, tarıma dayalı ekonomisi bulunan Halfeti ilçesi için kırsal turizm gelirlerini arttırarak ciddi bir alternatif gelir kaynağı da yaratabilir. Gelecek çalışmalarda ise Halfeti ilçesinin yerel halkının kırsal turizme ilişkin görüşleri belirlenebilir.

Kaynaklar

- [1] Merkez, M., & Yılmaz, H. (2022). Yerel paydaşlar tarafından İzmir-Karaburun, Mordoğan beldesinin kırsal turizm açısından değerlendirmesi. *Journal of humanities and tourism research (Online)*, 12(2), 379–390. <https://doi.org/10.14230/johut1257>
- [2] Aydın, O. (2012). AB’de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye’de kırsal turizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 39-46.
- [3] Özoğul, B., & Bulut, İ. (2021). Kırsal turizm açısından İbradı ilçesinin doğal, kültürel ve tarihi çekiciliklerinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 5(2), 2–20.
- [4] Soykan, F. (2000). Kırsal turizm ve Avrupa’da kazanılan deneyim. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, 21–33.
- [5] Soykan, F. (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: kırsal turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10, 67–75.
- [6] Akıncı, Z., & Kasalak, M. A. (2020). Sürdürülebilir kalkınma v e turizm bağlamında kırsal turizmin yeri ve önemi : Otantik kırsal turizm projesi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 11-22.
- [7] Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1–11.
- [8] Karaçar, E., Erkol Bayram, G., & Bayram, A. T. (2018). Perceptions of residents towards the impacts of rural tourism in Sinop province. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 493–503.

- [9] Ongun, U. (2023). Kırsal turizm ve kırsal kalkınma yayınlarının vosviewer ile bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 6, 79–97. <https://doi.org/10.58636/jtis.1335826>
- [10] Özçalık, M., & Demirel, Ö. (2023). Kırsal kalkınma stratejisi kapsamında kırsal turizm “model” araştırması. (Ed.), Altamirano, M., Maria, S., Cuevas, C., Gilberto, A., Gonzalez, M., & Vazquez, V. Latin American international congress on natural and applied sciences-v. içinde (1-3. ss.)
- [11] Ak, Ö., Zengin, B., & Türkseven, E. (2023). Ekonomi ve ekoloji kısılacında sürdürülebilir kırsal turizmin değerlendirilmesi. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 8(20), 36–53. <https://doi.org/10.25204/iktisad.1088196>
- [12] Demir, M., & Aracı, S. (2022). Eleştirel bir bakış açısıyla kırsal turizm ile ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. *Journal of Applied Tourism Research*, 3(1), 25–36.
- [13] Karali, A., Das, S., & Roy, H. (2021). Forty years of the rural tourism research: reviewing the trend, pattern and future agenda. *Tourism Recreation Research*, 0(0), 1–28. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1961065>
- [14] Alımanoğlu, Ç., & Ayazlar, G. (2017). Türkiye’de kırsal turizm konulu lisansüstü tez çalışmaları üzerine bibliyometrik bir inceleme (2003-2016). *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 6–12.
- [15] Chuang, S. T. (2010). Rural tourism: perspectives from social exchange theory. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 38(10), 1313–1322. <https://doi.org/10.2224/sbp.2010.38.10.1313>
- [16] Ünal, A. (2021). *Kırsal Turizm - Turist Tercihleri ve Memnuniyet*. İstanbul: Efe Akademi Yayınevi.
- [17] Sağ Serdaroğlu, N., & Yaldız, E. (2020). Ermenek ilçesinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve stratejilerin tanımlanması. *ATA Planlama ve Tasarım Dergisi*, 3(2), 45–62.
- [18] Tsetskhladze, S., & Özkoç, A. G. (2023). Gürcistan Acara bölgesinin kırsal turizm potansiyeli ve stratejilerinin incelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 144(144), 416–433.
- [19] Kılınç, İ. (2022). Isparta’da kırsal turizm gelişimi: Kuyucak köyü örneği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 261–275.
- [20] Nemutlu Erduran, F., & Topsakal Temiz, M. (2023). A village of high rural tourism value: Civler (Çanakkale). *International Journal of Tourism, Economic and Business Science*, 7(2), 80-95.
- [21] Kalaycı, M., & Özçatalbaş, O. (2021). Kültürel mirasın kırsal turizm bakımından önemi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 9-16.
- [22] Baldıran, Ş. (2021). Kırsal kalkınma aracı olarak turizm ve Türkiye’ de kırsal turizm yatırımlarının desteklenmesine dönük uygulamalar. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 17–33.
- [23] Çeken, H. (2012). Bir alternatif turizm türü olarak kırsal turizmin gelişimini etkileyen faktörler ve kırsal turizmin etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 11–16.
- [24] Adenidji, E. M. C., & Özçatalbaş, O. (2021). Rural tourism and sustainable development: A bibliometric analysis. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 5(2), 57-68
- [25] Gaberli Can, Y., & Gaberli, Ü. (2023). Siirt’in kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 6(1), 20–36. <https://doi.org/10.29228/cudes.68361>
- [26] Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 7-21.
- [27] Hamdemir, B., & Karakurt, S. T. (2018). Çevre hakkı ihlallerinin kırsal turizm açısından önemi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 24–31.
- [28] Kadanalı, E., & Yazgan, Ş. (2012). Kırsal turizmin ekonomik- sosyal ve çevresel etkileri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 97-100.
- [29] Akyürek, S., Özdemir, Ö., Çeken, H. (2018). Gümüşhane ilinin kırsal turizm potansiyeli ve yerel halkın kırsal turizm hakkındaki görüşleri (Zigana Köyü Örneği). *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 10–19.

- [30] Gürer, N. (2003). Kırsal Geleneksel Konut Dokusunun Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi. Gazi Üniversitesi, Şehir Bölge Planlama Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye.
- [31] Akbulak, C. (2016). Ardahan ilinde kırsal turizm potansiyelinin sayısallaştırılmış SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Humanitas*, 4(7), 1-30.
- [32] Güney, D. & Göller, V. (2016). Kırsal turizm konusunda yerel halkın yaklaşımının belirlenmesi: Misi köyü örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 3(2), 25-36.
- [33] Çetin, İ., Üzümcü, T. P. & İçöz, O. (2017). Kırsal alanlarda sürdürülebilir kırsal turizm ve Kocaeli-Kandıra kırsal turizm gelişimi modeli. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ÖS(IV): 137-156.
- [34] Akan, A. N. (2022). Kırsal turizm sürdürülebilirlik göstergelerinin yerel halk açısından değerlendirilmesi: Erzurum ilinde bir uygulama. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 5(4), 1413-1423. <https://doi.org/10.33083/joghat.2022.209>
- [35] Uçar, M., Çeken, H., & Ökten, Ş. (2017). Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma: Fethiye Örneği, Ankara: Detay Yayıncılık.
- [36] Martinez, J. M. G., Martin, J. M. M., Fernandez, J. A. S., & Mogoron-Guerrero, H. (2019). An Analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174.
- [37] Xue, L., & Kerstetter, D. (2019). Rural tourism and livelihood change: An emic perspective. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43, 416-437.
- [38] Fang, W. T. (2020). *Tourism in Emerging Economies*. Singapore: Springer Nature.
- [39] TCCİB (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı), 2019. "Sakin Şehir" Halfeti Sonbaharda İlgi Odağı. 26 Şubat 2022 tarihinde https://www.iletisim.gov.tr/turkce/yerel_basin/detay/sakin-sehir-halfeti-sonbaharda-ilgi-odagi adresinden erişildi.
- [40] Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [41] Aksu, G., Eser, M. T., & Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [42] Taysı, M. R. & Çelik, Ş. (2018). Homojen olmayan varyans varsayımı altında ortalamaların eşitliği için Brown-Forsythe ve Welch istatistiklerinin mısır verimi örneğine uygulanması. *Fırat Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 30(1), 23-27.
- [43] Molera, L., & Pilar, I. A. (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of south-eastern Spain. *Tourism Management*, 28(3), 757-767.
- [44] Çolak, O. (2009). Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- [45] Doğan, G. (2012). Ankara İli Ayaş İlçesinin Kırsal Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- [46] Fleischer, A., & Pizam, A. (1997). Rural tourism in Israel. *Tourism Management*, 18(6), 367-372.
- [47] Tomic, S., Lekovic, K., Eskerod, P., & Zedlacher, E. (2020). Profile of rural tourism consumers in Serbia and Austria. *The Annals of the Faculty of Economics in Subotica*, 56(44), 81-95.