

Tarım Turizmi Uygulamaları ve Pazarlama Modelleri: Türkiye İçin Bir Model Önerisi

Makbule Civelek Oruç¹

Taner DALGIN^{2*}

Hüseyin ÇEKEN³

¹Amasya Üniversitesi, Taşova Meslek Yüksekokulu, Amasya

^{2*} Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Muğla

³ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla

* Sorumlu Yazar:
Email: tdalgin@hotmail.com

Geliş Tarihi: 31 Ekim 2015
Kabul Tarihi: 18 Aralık 2015

Özet

Birçok ülke, turistik ürün ve turizm türlerinde çeşitlendirme yoluna giderek rekabet güçlerini koruma ve artırma eğilimindedir. Alternatif turizm türlerinden biri de çevreye duyarlılık ve kaynakların koru kullan düşüncesi ile sürdürülebilirliğini sağlayan tarım turizmidir. Tarım turizmi, tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu yörelerde yapılan, kaynakların sürdürülebilirlik doğrultusunda kullanıldığı bir turizm türüdür. Tarım turizmi faaliyetleri, çevre ve çevresel ürünlere verdiği zararın kitle turizmine göre oldukça az olması, ekoloji ve sosyal taşıma kapasitesi gibi sorunlara yeni çözümler getirmesi ve kırsal bölgelerin ekonomik kalkınmasına sağladığı katkılar nedeniyle hükümetlerce de desteklenmektedir. Bu çalışmada öncelikle tarım turizmi faaliyetleri ve yerel paydaşlarca ve projelerle desteklenen dünyadaki ve ülkemizdeki örnekleri anlatılmıştır. Daha sonra dünyadaki örneklerden yola çıkılarak ülkemizde tarım turizmi faaliyetlerinin web siteleri aracılığıyla nasıl pazarlanabileceği üzerinde durulmuş ve bir model önerisine yer verilmiştir. Dünya örneklerine bakıldığında birçok gelişmiş ülkenin agro-tourism konusunda çok etkin tanıtım faaliyetleri gerçekleştirdiği ve tek bir web sitesi üzerinden bütünsel bir tanıtım çabası yürüttüğü görülmektedir. Ülkemizde de tarımsal turizmle uğraşan işletmeleri bir çatı altında toplayan bir web sitesine ihtiyaç vardır. Ülke uygulamalarına bakıldığında tarım turizmi faaliyetlerinin çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Bunlardan biri organik ürünlerin pazarlanmasıdır. Özellikle işletmelerde üretilen organik ürünlerin satılması amacıyla oluşturulan pazarlar üreticileri ekonomik anlamda da desteklemektedir. Web sitelerinde tarım turizmi faaliyetleri doğrultusunda üretilen organik ürünlerin pazarlanmasına yer verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bunun için ayrı bir link altında hangi çiftliklerde ne tür ürünlerin üretildiği ve bu ürünlerin hangi koşullarda üretildiği gibi bilgilerle yer verilebilmesi faydalı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tarım Turizmi, Sürdürülebilir Turizm, Turizm Pazarlaması.

Agro-tourism Samples and Promotion Models For Agro-tourism: Suggestions About Turkey

Abstract

Many of the Countries that have touristic attractions, effort to make diversification of products and develop alternative tourism types to increase competitive capacity of their tourism sector. One of the most important alternative tourism types is agro-tourism that implemented according to principles of sustainability. Agro-tourism may implement in areas that was engaged in agriculture with sustainability principles. Governments encourage agro-tourism because of the fact that agro-tourism damage environment less than mass tourism and agro-tourism make a great contribution to economic development of rural areas. First of all, we give some samples about agro-tourism practices both in turkey and worldwide in this study. Then, we discourse about promotion of agro-tourism facilities in Turkey in consideration of some samples in worldwide and we suggest some proposal about it. When we look promotion samples in worldwide, many developed country effort to promote their agro-tourism facilities and they use one common web site for promote different agro-tourism facilities and their web sites together. Also, it is necessary to develop one web site for promotion of agro-tourism facilities in Turkey. There is wide range diversity of activities about agro-tourism in Turkey. One of them is promotion of organic products. The city bazaars about organic products contribute local people economically. Also, organic products that produce in agro-tourism destinations and their specifications may be promoted in one part of common web site that used for agro-tourism.

Keywords: Agro-tourism, Sustainable Tourism, Tourism Marketing.

GİRİŞ

Değişen koşullar ve turizm faaliyetlerinin ortaya çıkarıldığı sonuçların geniş kitleleri ilgilendirmeye başlaması, tatil anlayışında bir takım değişimlerin gerekliliğini zorunlu hale getirmiştir. Birçok ülke, bu değişimlere uyum sağlamak amacıyla, turistik ürün ve turizm türlerinde çeşitlendirme yoluna giderek rekabet gücünü koruma ve artırma eğilimindedir. Alternatif turizm türlerinden biri de çevreye duyarlılık ve kaynakların koru kullan düşüncesi ile sürdürülebilirli-

ğini sağlayan tarım turizmidir. Tarım turizmi, tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu yörelerde yapılan, kaynakların sürdürülebilirlik doğrultusunda kullanıldığı bir turizm türüdür. Tarım turizmi faaliyetleri, çevre ve çevresel ürünlere verdiği zararın kitle turizmine göre oldukça az olması, ekoloji ve sosyal taşıma kapasitesi gibi sorunlara yeni çözümler getirmesi ve kırsal bölgelerin ekonomik kalkınmasına sağladığı katkılar nedeniyle hükümetlerce de desteklenmektedir. Ta-

rım ve turizmin ortak özelliklerini bütünleştirilerek ortak bir paydada toplanan tarım turizmi ülkelerin sürdürülebilir turizm çerçevesinde önem verdiği turizm türlerinden biridir. Tarım turizmi özellikle kırsal alanlarda yerel halkın ekonomik ve sosyokültürel açıdan gelişimini sağlamada bir araç olarak görülmektedir.

Tarım turizmi faaliyetleri uygulanan politikalar ve ülkelerin jeopolitik durumları gereği ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Sürdürülebilirlik doğrultusunda ülke hükümetleri tarım turizmi uygulamalarına destek ve teşvik vermektedir. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler turizmin yeni trendleri arasında olan tarım turizmi yaygınlaştırma ve pay alma çabasıdadırlar. Birçok ülke gerçekleştirdikleri tarım turizmi faaliyetlerini ve bölgelerini daha etkili tanıtmak amacıyla çeşitli pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Bu çalışmada öncelikle tarım turizmi faaliyetleri ve yerel paydaşlarca ve projelerle desteklenen dünyadaki ve ülkemizdeki örnekleri anlatılmıştır. Daha sonra dünyadaki örneklerden yola çıkılarak ülkemizde tarım turizmi faaliyetlerinin web siteleri aracılığıyla nasıl pazarlanabileceği üzerinde durulmuş ve bir model önerisine yer verilmiştir.

TARIM TURİZMİ

Tarımsal üretimin yoğun olduğu yörelerde gerçekleştirilen bir turizm türü olan tarım turizmi hakkında çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Temelde benzer noktalardan hareket edilse de, çeşitli kurumlar tarafından yapılan tanımlamalarda bazı farklılıklar göze çarpmaktadır. Tarım turizmi ile ilgili tanımlardan bir kısmına Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1: Tarım Turizmi Tanımlamaları

Tanımlayan Kurum ya da Kuruluş	Yapılan Tanımlamalar
Colorado Tarım Departmanı	Agro-turizm çiftçiler ve çiftlik sahipleri tarafından tüketicilere sağlanan çeşitli rekreasyonel, eğitim ve boş zaman faaliyetlerini ve hizmetlerini kapsayan turizm şeklidir.
Malezya Turizm Bakanlığı	Tarımsal faaliyetleri olan köyleri ve Malezya'nın kültürünü anlamak amacı ile ziyaretçilere fırsatlar sunan, yerel halka sosyo-ekonomik açıdan yarar sağlayan bir turizm türüdür.
Amerikan Çiftlik Bürosu Federasyonu	Çiftlik işletmeleri tarafından gelir elde etmek ve gelen ziyaretçileri eğlendirebilmek amacıyla yapılan faaliyetlerdir
Güney Afrika Hükümeti	Agro-turizm turistlerin eğitim amacıyla çiftlik veya işletme faaliyetlerine aktif katılımını ve ziyaretlerini kapsayan turizm türüdür
İtalya Hükümeti	Silvikültür arazi yetiştirme faaliyetleri ile ilgili olarak çiftçilerin kendi çiftliğini kullanma ve hayvan yetiştirme bölgesinde yapılan konaklama ve ağırlama faaliyetleridir.

Agro-turizm faaliyetleri işletme ya da çiftliklerin bulunduğu ülkeye, bölgeye ya da yöreye göre farklılık gösterebilmektedir. Buna rağmen agro-turizm faaliyetleri ortak özellikler de taşımaktadır. Bu faaliyetleri sınıflandırarak aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

Tablo 2: Tarım Turizmi Faaliyetlerinin Sınıflandırılması

Özel Faaliyetler ve Festivaller	Rekreasyonel Faaliyetler	Çiftlik Faaliyetleri	Eğitimler
-Müzik Festivalleri -Tatıl Festivalleri -Tatil Kutlamaları -Mevsimsel Faaliyetler -Gençlik Kampları -Hasat Festivalleri -Düğünler	-Kuş Gözlemciliği -At Biniciliği -Hayvan Besleme -Vahşi Yaşam Fotoğrafçılığı -Vahşi Yaşam Gözlemciliği -Şarap Yapımı -Kampçılık -Antik Köy Gezileri	-Çiftlik Ziyaretleri -Tarım Ürünlerinin Satışı -Tarımsal Sergiler -Çiftliklerde Konaklama -Kendin Topla Faaliyetleri -Ağaç Kiralama	-Organik Ürün Yetiştirme -Çiftlik Okulları -Okul Turları -ATV Kursları -Tarımsal Eğitim Programı -Eğitsel Faaliyetler

Kaynak: [4], [5], [7], [2], [1], [3], [2] çalışmalarından yararlanarak hazırlanmıştır.

TARIM TURİZMİNİN UYGULAMALARI

Rilla'ya göre [9] İtalya'da agri-turizm, İsviçre'de samanların içinde uyuma, Yeni Zelanda'da çiftliklerde konaklama, İngiltere'de çiftlik tatilleri, Avrupa ve daha birçok ülke de ise tarım turizmi olarak bilinen turizm türü çiftçilerin stratejik olarak önem verdiği alternatif turizm türüdür. Ülkelerin stratejik ve coğrafik konumu gereğince tarım turizmi uygulamaları, tarım turizmine verilen önem ve önceliğe göre farklılık gösterebilmektedir. Çalışmada tarım turizmiyle ilgili faaliyetlerin yoğun olduğu bazı ülkelerdeki uygulamalardan bahsedilmiştir.

İtalya

Tarım turizmi İtalya'da 1980 yılından itibaren devam eden bir gelişim süreci göstermiştir. Çok sayıda çiftlikte turizm faaliyetleri devam etmektedir. Tarım turizmi faaliyetleri İtalya hükümetince desteklenmekte ve teşvik edilmektedir [8]. İtalya'da tarım turizmi kırsal alanlardaki sorunların çözümü olarak görülmektedir [6]. Bu nedenle hükümet ve yerel yönetimler işletme yöneticilerine destek vermektedir. ISTAT verilerine göre 1998 yılında 8.034 olan İtalya'daki agro-turizm çiftliklerinin sayısı, 2004 yılında 11.575'e, 2013 verilerine göre ise 20.897'e yükselmiştir [14], [15]. Çiftlik sayısının her sene artış göstermesi tarım turizmine İtalya'da oldukça fazla önem verildiğini göstermektedir.

İtalya tarım turizmi pazarlaması belli bir koordinasyon ile yapılmaktadır. Tarım turizmi doğrultusunda faaliyet gösteren işletmelerin tümü www.agriturismo.it adresinde bir araya getirilerek bir platform oluşturulmuştur [16]. Site aracılığıyla şu bilgilere ulaşılabilmektedir:

- Hangi işletmelerde konaklanılabileceği,
- İşletmelerin özellikleri,
- İşletmeyle iletişime geçmeyi sağlayan form,
- İşletmelerde yapılabilecek faaliyetler,
- İşletmelerin hangi tarihlerde açık olduğu,
- Daha önce benzer deneyimlerde bulunan turistik tüketicilerin yorumları,
- İşletmeler tarafında yapılan son dakika indirimler.

Aşağıdaki şekilde İtalya'daki işletmelere ulaşımın sağlandığı haritaya yer verilmiştir. Bu haritada istenilen bölge arama butonuna yazılarak, işletmeler hakkında bilgilere ulaşılabilmekte ve işletmelerle doğrudan iletişime geçilebilmektedir. Hangi çiftlikte ne tür faaliyetlerde bulunabileceği yine bu alan üzerinden öğrenilebilmektedir.



Şekil 1: İtalya'daki Tarım Turizmi İşletmeleri Web Arayüzü

Kaynak: [15]

A.B.D.

Amerika Birleşik Devletlerinin çeşitli eyaletlerinde tarım turizmi uygulamalarının farklı paydaşlarca desteklendiğini görmek mümkündür. Birleşik Devletler Tarım Departmanı (USDA) tarım turizmi faaliyetleri destekleyen paydaşlardan biridir. USDA tarafından desteklenen tarım turizmi uygulamalarının örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

ABD eyaletlerinden Kolorado'da tarım turizmi faaliyetleri hükümetçe desteklenmektedir. Kolorado tarım departmanının istatistiklerine göre [17] 2006 yılında 13 milyon kişiden fazla ziyaretçi tarım turizmi faaliyetlerine katılarak 2.2 milyon \$ harcamada bulunmuştur. Kolorado hükümeti tarafından hazırlanan web sitesi ile [18] yakın tarihteki tarım turizmi faaliyetlerinden haberdar olabilmeye, faaliyetler hakkında bilgi edinebilmeye ve ürün satın alabilmeye olanak sağlanmıştır.

ABD eyaletlerinden bir diğeri olan Kaliforniya'da Kaliforniya Üniversitesi tarafından oluşturulan Small Farm Program doğrultusunda tarım turizmi faaliyetleri duyurulmakta, çeşitli eğitimler verilerek ilgili olanlar bilinçlendirilmeye çalışılmaktadır. Tarım turizmi tur operatörleri ve işletmecileri bir arada tutularak ilgililerin bu çiftliklere doğrudan ulaşması kolaylaştırılmıştır. Ek olarak Small Farm Programı aracılığı ile tarım turizminin çeşitli yönleri irdelenmek üzere araştırmalar da yapılmaktadır.



Şekil 2: Small Farm Programı

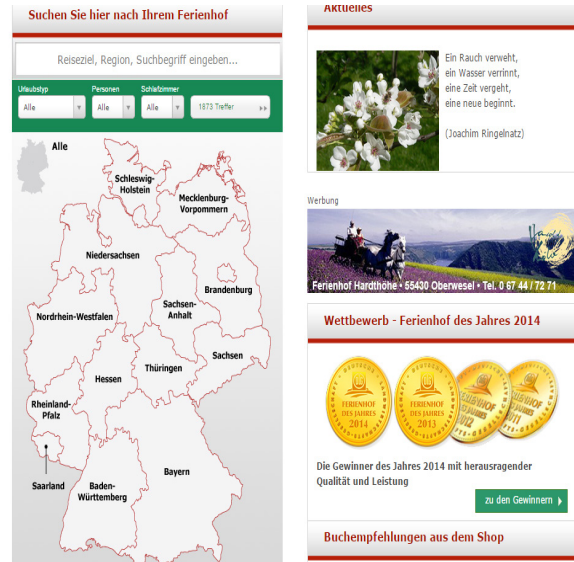
Kaynak: [19]

Almanya

Rilla tarafından 2003 yılında yapılan araştırmaya göre Avrupa'da tarım turizmine büyük bir ilgi vardır [10]. 12 ülke tarafından oluşturulan Avrupa Köy ve Çiftlik Turizmi Federasyonu tarım turizmi bilincini arttırabilmek amacı ile

atılımlar yapmaktadır. Almanya'da çiftliklerde konaklama daha çok iç pazara yönelmiş olsa da kapsamı geniştir. Çiftliklerde konaklama süreleri bir haftadan iki haftaya kadar olup, pazar açısından önemli bir yer tutmaktadır.

Almanya'da tarım turizmi doğrultusunda faaliyet gösteren işletmeler <http://www.landtourismus.de/> adresinde bir araya getirilerek hangi tarihlerde faaliyet gösterdikleri, işletmelerin güncel doluluk oranları gibi bilgilere yer verilmiştir. Buna ek olarak hükümet tarafından geliştirilen ödüllendirme sistemi tarafından ödüllendirilen çiftlikler ve ödül aldıkları faaliyetler alanı web sitesinde yer almaktadır.



Şekil 3: Almanya'daki Tarım Turizmi İşletmeleri Web Arayüzü

Kaynak: [20]

Avustralya

Avustralya'da tarım turizmi faaliyetlerinin kökeninin 1970'lerin sonuna dayandığını söylemek mümkündür. Avustralya tarım turizmi tedarikçileri için geniş bir ürün ve faaliyet çeşitliliği sunmaktadır. Tarım turizmi faaliyetleri Avustralya'ya gelen ziyaretçiler arasında en çok tercih edilen faaliyetlerdendir. 1300'e yakın tatil çiftliğinde ve uluslararası özelliğe sahip 40'ı aşkın çiftlikte aynı anda 20 kişiden 200 kişiye kadar gruplar ağırlanabilmektedir. Avustralya'daki tarım turizmi deneyimlerini çiftlik tatilleri, at biniciliği, günlük çiftlik ziyaretleri, şarap tadımı ve bireysel ya da grup turları gibi faaliyetler oluşturmaktadır [12]. Avustralya'da tarım turizmi faaliyetleri hükümet ve yerel paydaşlarca desteklenmektedir. Özellikle küçük üreticinin güçlenmesi, bölgesel kalkınmanın sağlanması yolunda tarım turizmi bir yol olarak görülmektedir. Tarım turizmi doğrultusunda faaliyet gösteren işletmelerin organik ürün üretmesi ve pazarlaması desteklenmektedir.

Batı Avustralya'da tarım turizmi doğrultusunda faaliyet gösteren işletmeler bir web sitesi çatısı altında toplanmıştır. Sitede yer alan işletmelerin aşağıda yer alan bilgilerine ulaşmak mümkündür;

- Çiftliklerin fotoğrafları,
- Hangi tarihlerde faaliyet gösterdikleri,
- Doluluk oranları,
- Çiftliklerde yapılabilecek faaliyetler,
- Organik ürünler ve el yapımı şaraplar hakkında bilgiler.



Şekil 4: Avustralya'daki Tarım Turizmi İşletmeleriyle İlgili Web Arayüzü
Kaynak: [24]

Gürcistan

Wolfe ve Hammock [13] tarafından Gürcistan'da yapılan araştırma sonuçlarına göre tarım turizminin hem bireysel tarım işletmelerine, hem de Gürcistan'ın ekonomisine önemli bir katkısı vardır. Tarım turizminin 2004 yılında doğrudan ve dolaylı olarak Gürcistan ekonomisine katkısının 45.26 milyon \$ olduğu tahmin edilmiştir. Tarım turizmi doğrudan ve dolaylı olarak 1302 kişiye istihdam olanağı sağlamıştır [13]. Gürcistan'da tarım turizmi hükümet tarafından desteklenmektedir. Gürcistan Tarım Turizmi Birliği tarafından tarım turizmi çiftlikleri bir sitede toparlanılarak, tarım turizmi doğrultusunda yapılan festival ve organizasyonlar teşvik edilmekte ve duyurulmaktadır. Ayrıca organik ürün üreten üretici ve talep eden tüketicilerin bir araya gelmesi bu web sitesi aracılığıyla sağlanmaya çalışılmaktadır. Web sitesi aracılığıyla katılmak istenilen faaliyetler listelenerek turistik tüketicilerin bu yönde işletmeleri tercih etmesi yoluna gidilmiştir. Aynı zamanda işletme sahiplerinin ortak bulmasını da kolaylaştırıcı çalışmalar yapılmıştır.



Şekil 5: Gürcistan'daki Tarım Turizmi İşletmeleriyle İlgili Web Arayüzü
Kaynak: [21]

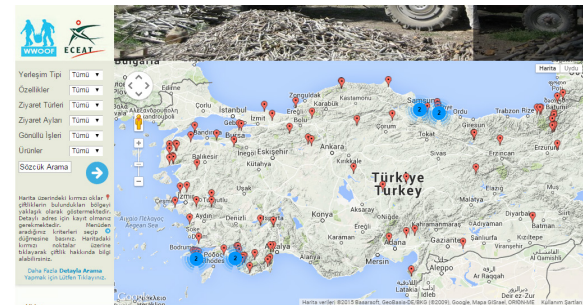
Türkiye

Türkiye'de agro-turizm faaliyetlerini uygulayan çiftlik ve işletmelerin bir arada toplandığı TaTuTa (Tarım, Turizm, Takas), Buğday Derneği tarafından yürütülen Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi Tecrübe Takası projesinin kısa adıdır. TaTuTa projesinin asıl amacı Türkiye'de ekolojik tarımla geçinen çiftçi ailelerine mali, gönüllü işgücü ve/veya bilgi desteği sağlayarak ekolojik tarımı teşvik etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Sürdürülebilirlik doğrultusunda hareket eden TaTuTa'nın amaçları aşağıdaki sıralanmıştır [23] :

- Ekolojik yaşam hareketinin içerisindeki gruplar ve bireyler arasındaki iletişimi güçlendirmek,
- Şehirde yaşayan insanların ekolojik çiftliklerdeki yaşamı deneyimleyerek, ekolojik yaşam ile ilgili sorumluluklarını içselleştirmesini ve böylece günlük yaşamında daha fazla uygulamaya sokmasını sağlamak,
- Tüketici ve üretici faaliyetlerinde ilk elden ekolojik yöntem, deneyim ve bilgi paylaşımını sağlamak,
- Doğa dostu üretim ve tüketim modellerinin desteklenmesi yoluyla, toprak, hava su kalitesinin, biyolojik çeşitliliğin, iklimlerin ve diğer doğal döngülerin sağlıklı bir şekilde sürdürülmesine katkı sağlamak.

TaTuTa kapsamında 2015 yılı itibarıyla 92 işletme faaliyet göstermektedir. Karadeniz bölgesindeki işletme sayısı 28, ege bölgesindeki işletme sayısı 26 ve Akdeniz bölgesindeki işletme sayısı 15'tir. TaTuTa katılımcıları gönüllü, yarı gönüllü ve konuk olarak kategorize edilmiştir. Yarı gönüllüler belli bir katılım ücreti ödeyerek faaliyetlerde bulunma ve konaklama imkanı elde ederken, gönüllüler ücret ödemediği çiftliklerdeki çalışma sürelerine göre faaliyette bulunmaktadır. Konuklar ise çiftliklerde istedikleri faaliyette bulunabilirlerken, konaklama, yeme içme için kaldıkları işletmeye göre ücret ödemektedir.

TaTuTa kapsamında <http://www.tatuta.org/> sitesi aracılığıyla, tarım turizmi işletmeleri bir araya getirilmiştir. Sitede tarım turizmi işletmelerine yerleşim tipi, gönüllü ya da konuk mu olunacağı, işletmelerin hangi aylarda ziyaret edileceği ve işletmelerde hangi ürünlerin toplanabileceği gibi bilgiler yer almaktadır. Ek olarak işletme sahipleri ile doğrudan bağlantıya geçme olanağı da vardır. Katılımcıların harita üzerinden istedikleri işletmeleri seçerek bilgi alması mümkündür.



Şekil 6: Türkiye'deki Tarım Turizmi İşletmeleriyle İlgili Web Arayüzü
Kaynak: [22]

METODOLOJİ

Araştırma, tarım turizmi doğrultusunda faaliyet gösteren ülkelerin ve işletmelerin pazarlama faaliyetlerinde nasıl bir yol izlediklerini ortaya koymayı ve karşılaştırma yaparak Türkiye'de kırsal turizm pazarlamasının etkili biçimde nasıl

yapılabileceğiyle ilgili öneriler geliştirmeyi amaçlamaktadır. Yapılacak olan karşılaştırma ile ülke uygulamaları örnek alınarak ülkemizde faaliyet gösteren işletmelere yönelik pazarlamaya ilgili öneriler geliştirilmiştir. Araştırma tarım turizmi faaliyetlerinin pazarlaması üzerine odaklanan sınırlı sayıda çalışmadan biri olması nedeniyle özgünlük taşımaktadır.

Araştırma yöntemi olarak ikincil verilerden yararlanılmıştır. Tarım turizmi doğrultusunda yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar incelenmiştir. Buna ek olarak çalışmada ülke web siteleri incelenerek yapılan faaliyetler ve faaliyetlerin yapılış amaçları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda ikincil veriler ve web sitelerinden alınan bilgiler ışığında çalışmada araştırma sorusuna uygun olarak bir model önerisi geliştirilmiştir.

Araştırma tarım turizmi faaliyetlerinde gelişmiş olan ülkeleri kapsamaktadır. Bu doğrultuda ülkelerin web siteleri incelenmiş, pazarlama faaliyetlerine nasıl yön verdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Aynı zamanda ülkemizdeki Ta-TuTa çiftlikleri ile karşılaştırma yapılarak benzerlik ve farklılıklardan yola çıkılmış ve bir model önerisi getirilmiştir.

BULGULAR

Tarım turizmi faaliyetleri ve özellikleri göz önünde bulundurulduğunda turistik ürünün pazarlanması açısından bir model önerisinin geliştirilebilmesi için iki önemli görevin net şekilde tanımlanması gerekmektedir. Bunlardan ilki hükümet ve yerel paydaşlara düşen görevlerden, diğeri ise işletme yöneticilerinin yapması gerekenlerden oluşmaktadır. Bu doğrultuda hükümet ve yerel paydaşlarca yapılması gerekenler başta olmak üzere, paydaşlar tarafından yapılması gerekenler, öneriler halinde sıralanmıştır.

Çeşitli ülkelerin tarım turizmi pazarlamalarıyla ilgili uygulamaları incelendiğinde tarım turizmi doğrultusunda faaliyet gösteren işletmelerin pazarlama aşamasında bir araya getirildiği sonucuna varılmıştır. Tarım turizmi işletmelerinin bir araya getirilmesi turistik tüketicinin bu işletmeler arasında karşılaştırma yaparak, işletmeleri tercih etmesini kolaylaştırıcı bir unsur olabilir. Tarım turizmi faaliyetleri hem sürdürülebilir olması, hem de atıl kalan tarım arazilerinin dönüştürülebilmesine olanak tanınması sebebiyle kırsal bölgeler için oldukça önemlidir. Bu nedenle ekonomik getirisi ve turizmin çeşitlendirilmesine katkısı göz önüne alınarak tarım turizmi hükümetlerce ve yerel paydaşlarca desteklenmektedir. Birçok ülke uygulamasına bakıldığında pazarlama aşamasında oluşturulan web sitelerinin, resmi web siteleri olduğu görülmektedir. Resmi web sitelerinin turistik tüketicilerin kendilerini daha güvende hissetmesine katkı sağlayacağı söylenebilir.

Tarım turizmi faaliyetlerini sürdüreceği olan işletme yöneticilerine ve yerel halka tarım turizmi eğitim programları düzenlenerek, tarım turizmi konusundaki bilinç düzeyi artırılmalıdır. Bu programlar aracılığıyla tarım turizmi yerel halk ve yerel yönetimler tarafından benimsenilecek ve desteklenecektir.

Tarım turizmiyle ilgili pazarlama kanalları incelendiğinde birçok ülkede ortak noktalardan hareket edildiğini söylemek mümkündür. Tüm web sitelerinde işletme bilgileri, işletmelerin hangi tarihlerde misafir kabul ettiği, ne tür faaliyetlerde bulunulabileceği, işletme sahipleriyle ilgili iletişim bilgileri gibi benzer unsurlar bulunmaktadır.

Ülke uygulamalarını bakıldığında tarım turizmi pazarlama faaliyetlerinin çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Bunlardan biri organik ürünlerin pazarlanmasıdır. Özellikle

işletmelerde üretilen organik ürünlerin satılması amacıyla oluşturulan pazarlar üreticiyi ekonomik anlamda da desteklemektedir. Web sitelerinde tarım turizmi faaliyetleri doğrultusunda üretilen organik ürünlerin pazarlanmasına yer verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bunun için ayrı bir link altında hangi çiftliklerde ne tür ürünlerin üretildiği ve bu ürünlerin hangi koşullarda üretildiği gibi bilgilerle yer verilebilir. Ayrıca ilgili web sitesinde, hangi işletmelerde ne tür faaliyetlerde bulunulabileceği detaylandırılmalıdır. Özellikle ağaç kiralama, ürün toplama, organik ürünlerin hasat zamanında yapılan festivalleri bunlara örnek olarak gösterilebilir. Bu faaliyetlerin hangi tarihlerde yapılabileceği, hangi ürünlerin toplanabileceği ve bu ürünlerle yapılabilecekler web siteleri aracılığıyla duyurulmalıdır. Tarım turizmi doğrultusunda faaliyet gösteren işletmelerin kendi özel web sitelerine tarım turizmiyle ilgili genel web sitesinde link verilmelidir. Böylece turistik tüketicilerin daha detaylı bilgilere, görsellere ve faaliyetlere ulaşması sağlanabilir.

Tarım turizminin özellikleri göz önünde bulundurulduğunda pazarlama aşamasında sosyal taşıma kapasitesi ve ekolojik taşıma kapasitesi düşünülerek hareket edilmelidir. Bu doğrultuda işletme tercihinde bulunacak turistik tüketicilere hangi işletmede kaç kişinin kalabileceği bilgisi mutlaka verilmelidir. Böylece taşıma kapasitesi aşılmasından kaçınılabilirlik ilkelerine uygun olarak tarım turizmi faaliyetleri etkin şekilde gerçekleştirilebilir.

Değişen koşullar ve istekler göz önünde bulundurularak sosyal medya aracılığıyla da pazarlama faaliyetlerine önem verilmesi gerekliliği düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaşması ve birçok kullanıcının sosyal medyayı aktif olarak kullanması, sosyal medyayı işletmeler için önemli bir pazarlama mecrasına dönüştürmüştür. Sosyal medya ülkelerin ve tarım turizmi işletmeleri tarafından kullanılması gereken, önemli kitlelere ulaşmanın mümkün olduğu bir pazarlama aracıdır.

SONUÇ

Alternatif bir turizm türü olan tarım turizminin özellikle yerel halka ve kırsal alana ekonomik çeşitlilik sağladığı ve bu nedenle hükümetlerce ve yerel yönetimlerce desteklediği ve teşvik edildiği görülmektedir. Hükümetlerinin ve yerel yönetimlerin teşvikleri ve destekleri tarım turizminin gelişimine önemli katkılar sağlayacaktır. Tarım turizminde ilerlemiş ve gelişim göstermiş ülkelerde yerel paydaşların ve hükümetlerin tarım turizmini önemli ölçüde desteklediği görülmektedir.

Ülkelerce hazırlanan web siteleri incelendiğinde tarım turizmi faaliyeti gösteren işletmelerin çoğunlukla bir çatı altında toplandığı, tüm faaliyetlerin duyurulmasına ve tanıtılmasına olanak sağlandığı görülmektedir. Tarım turizmi faaliyetlerinin pazarlanmasında örnek ülke uygulamalarından yola çıkılması faydalı olacaktır. Pazarlama faaliyetlerinde değişen koşul ve beklentiler de göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle birçok tarım turizmi işletmesinin sosyal medyayı pazarlama aracı olarak kullanması buna örnek olarak gösterilebilir. Ülkemizde de tarım turizmi işletmeleri tarafından sosyal medya kullanılmalıdır. Tarım turizmi işletmelerince üretilen organik ürünler pazarlama faaliyetlerine dahil edilmelidir. Diğer ülke uygulamaları incelendiğinde organik ürünlerin birçok tüketici tarafından tercih edildiği görülmektedir. İşletmelerce üretilen ürünlerle ilgili bilgilere işletmelerle ilgili web sitelerinde yer verilerek tüketicinin bu ürünlere daha kolay ulaşması sağlanmalıdır.

Ayrıca, işletmelerde gerçekleştirilen tarım turizmi fa-

aliyetleri çeşitlendirilmeli ve bu faaliyetlerle ilgili bilgiler işletmeler bazında web sitesinde yayınlanmalıdır. Ağaç kiralama, ürün toplama, ürün hasatları festivalleri, şarap yapımı ve tadımı gibi birtakım özel faaliyetlerin hangi işletmelerde hangi zaman aralığında gerçekleştirildiğiyle ilgili bilgilerin verilmesi web sitesi kullanıcıları için yararlı olacaktır. Potansiyel ziyaretçiler bu bilgilerden yararlanarak kendi ilgilerine en uygun tarım turizmi işletmesini tercih edebilecektir. Ziyaretçilerin beklentilerine uygun işletmelerde tarım turizmi faaliyetlerine katılmaları, onların turistik üründen memnuniyet düzeyini arttıracak ve sonuç olarak bu durum tarım turizmi işletmesinin ve ülkenin imajına olumlu katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- [1] Adam, K. (2001), Entertainment Farming & Agri-Tourism, Appropriate Technology Transfer For Rural Areas (ATTRA): Business and Marketing Series. Erişim Tarihi: 20.04.2015 www.attra.ncat.org.
- [2] Blacka, A., Couture P., Coale, C., Dooley J., Hankins, A., Lastovica, A., Mihálik, B. Reed ve Uysal, M. (2009), Agri-Tourism, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia Cooperative Extension: USA.
- [3] George, H. ve Rilla, E. (2005), Agritourism Enterprises on Your Farm or Ranch: Where to Start, University of California, Division of Agriculture and Natural Resources, Erişim Tarihi: 14. 04. 2015 <http://anrcatalog.ucdavis.edu/pdf/8334.pdf>
- [4] Hatch, A. D. (2008), Agri-Tourism: A New Agricultural Business Enterprise, LSU Ag Center Research & Extension, United States University: USA.
- [5] Maetzold, J. (2004), Alternative Enterprises and Agritourism: Farming for Profit and Sustainability Resource Manual, Erişim Tarihi: 13.04.2015 <http://www.nrcs.usda.gov/technical/RESS/altenterprise/resmanual.html>.
- [6] Marandola, D., Cannata, F., Palma, D. P., Fragnito, S. Parletta, I. ve Raschi, A. (2006), Business and Tourism in A Rural Area of Southern Italy, *Ibimet, Via Caproni, V: 8: ss. 157-16.*
- [7] McCullough, S., Brant, S. ve Rhoades, S. (2007), Agritourism Series Agricultural Diversification Through Agritourism, University of Arkansas: USA.
- [8] OECD (2005), Multifunctionality in Agriculture: What Roles for Private Initiatives?, Paris: OCED Publishing. ISBN-92-64-01446-2.
- [9] Rilla, E. (1999), Unique Niches: Agritourism in Britain and New England, University of California Small Farm Center Cooperative Extension, Erişim Tarihi: 10.04.2015. <http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/insidcov.html>.
- [10] Rilla, E. (2003), Agricultural Tourism Unique Niches: Agrotourism in Britain and New England, University of California, Small Farm Center, Erişim Tarihi: 23.04.2015 <http://www.sfc.ucdavis.edu>.
- [11] Walker, A. M. (2009), Agritourism: Ideas and Resources, Virginia Cooperative Extension, Virginia Polytechnic Institute and State University: USA.
- [12] Williams, P., Paridaen, M., Dossa, K. ve Dumais, M. (2001), Agritourism Market and Product Development Status Report. Centre for Tourism Policy and Research, Simon Fraser University. Erişim Tarihi: 11.04.2015 <http://www.rem.sfu.ca/pdf/agritourism.pdf>.
- [13] Wolfe, K. ve Hammock, L. (2006), Georgia Agritourism Overview: Results from A 2005 Business Survey, Georgia: College of Agricultural and Environmental Scien-

ces. University of Georgia.

- [14] <http://www.istat.it/en/archive/agritourism+farms> Erişim Tarihi: 20.04. 2015
- [15] <http://www.istat.it/en/> Erişim Tarihi: 20.04. 2015
- [16] www.agriturismo.it Erişim Tarihi: 19.04. 2015
- [17] <http://www.colorado.gov> Erişim Tarihi: 19.04. 2015
- [18] <http://co.marketmaker.uiuc.edu> Erişim Tarihi: 17.04. 2015
- [19] <http://sfp.ucdavis.edu/> Erişim Tarihi: 14.04. 2015
- [20] <http://www.landtourismus.de/> Erişim Tarihi: 14.04. 2015
- [21] <http://agr.georgia.gov/> Erişim Tarihi: 12.04. 2015
- [22] <http://www.tatuta.org>. Erişim Tarihi: 10.04. 2015
- [23] <http://www.bugday.org> Erişim Tarihi: 10.04. 2015
- [24] <http://www.touristradio.com.au/agritourismwa>, Erişim Tarihi: 10.04. 2015