

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/357302812>

Turist Rehberlerinin Arıcılık Turizmine Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Türkiye Örneği

Article · December 2021

CITATIONS

6

READS

171

2 authors, including:



Binali Kılıç

Balıkesir University

33 PUBLICATIONS 68 CITATIONS

SEE PROFILE

Kılıç, B., G. Güler, E. (2021). Turist Rehberlerinin Arıcılık Turizmine Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Türkiye Örneği. *Social Sciences Research Journal*, 10 (4), 813-823.

Turist Rehberlerinin Arıcılık Turizmine Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Türkiye Örneği

Binali KILIÇ

Balıkesir Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

kilicbinali@gmail.com

Orcid No:0000-0001-8345-6617

Emel GÖNENÇ GÜLER

Trakya Üniversitesi

Uygulamalı Bilimler Fakültesi

emelgguler@yahoo.com

Orcid No: 0000-0002-3214-0206

Öz

Sürdürülebilirliğe benzersiz ve yeni bir yaklaşım olan arıcılık (api) turizmi, yeni bir yaşam biçimi olarak arıcılığın bilgi alışverişinde doğal ve benzersiz olanı keşfetme arzusu sunan bir deneyimdir. Arıcılık turizmi, kültürlerle ilgilenen bir turizm biçimi olarak ve kırsal toplulukların geleneklerini sürdürülebilir kılan bir kalkınma yoludur. Ekonomide ve insanların sosyalleşmelerinde büyük önem taşıyan turizm olgusunun en büyük yapı taşlarından biri olan turist rehberlerinin turistler üzerindeki etkileri oldukça büyüktür. Bu çalışmanın temel amacı; ekonomik önem taşıyan arıcılık faaliyetleri ile turizm endüstrisi arasında olumlu etkileşim için alternatifler üretmektir. Bu çalışma, destinasyon marka oluşturma ve pazarlamasında etkili olan turist rehberlerinin arıcılık turizmine yönelik bilgi ve algı düzeylerinin turistlere tavsiye niyetine etkisini ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Araştırma kapsamında, turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi bilgisi ve arıcılık (api) turizmi algısının tavsiye niyeti üzerinde etkileri incelenmiştir. Turist rehberleri aynı zamanda arıcılık (api) turizminin eğitimi, tanıtımı ve pazarlama çalışmaları yapılarak tur programına alınması durumunda sürdürülebilir turizm çerçevesinde turistik ürün olabileceği konusunda fikir birliğinde bulunmuşlardır. Bu bağlamda turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi bilgi düzeyi ve arıcılık (api) turizmi algısı düzeyini anlamak üzere birden fazla değişken kullanılarak yaklaşımlara dair ayrıntılı bir tablo ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Arıcılık (api) turizmi, sürdürülebilirlik, turist rehberleri, kırsal kalkınma, turistik ürün.

The Effect of Tourist Guides' Knowledge and Perception Levels Against Apiculture Tourism on Intention of Advice: A Case Study in Turkey

Abstract

Apiculture (api) tourism, a unique and new approach to sustainability, is an experience enabling the desire of exploring the natural and unique one for information exchange in apiculture as a new form of life. Apiculture tourism is a way of development as a type of tourism that deals with cultures and makes traditions of rural communities sustainable. Tourist guides who are one of the biggest elements of the tourism fact, that has great importance in the economy and socialization of people, have a great impact on tourists. The main purpose of this study is to produce alternatives for creating positive interaction between apiculture activities which have economic importance and industry of tourism. This study aims at revealing the effect of the knowledge and perception levels of tourist guides against apiculture tourism who have an impact on creating destination, trademark, and marketing.

Within context of the research, the impact of tourist guide's knowledge of apiculture (api) tourism and perception of apiculture (api) tourism fact on their intention of advice has been investigated. Tourist guides also arrived at a consensus on the fact that education, advertisement, and marketing of apiculture (api) tourism and its inclusion in tour programs must be accomplished which will make it a touristic product within the scope of sustainable tourism. Within this context, a detailed schedule in relation to approaches has been created by using various variables in order to understand the apiculture (api) tourism knowledge level and apiculture (api) tourism perception level of tourist guides.

Keywords: Apiculture (api) tourism, sustainability, tourist guides, rural community, touristic product

Giriş

Arıcılık (api) turizmi adını Latince bal arısından (*Apis mellifera*) almaktadır. Arıcılık (api) turizmi, arı kültürü ve arı ürünleri ile bağlantılı bir turizm biçimidir (Woś, 2014). Arıcılık (api) turizmi geleneksel bir meslek olarak arıcılıkla ilgili olduğu kadar arıcılık ürünlerini ve bunların çevresel, besleyici ve iyileştirici değerlerini gösteren bir turizm şeklidir. Arıcılık turizmi, gezileri sırasında turistler arı kovanlarını, arıcılık miras parklarını ve müzeleri ziyaret etme, arıcıları iş yerinde gözlemlene ve arı ürünlerinin şaşırtıcı çeşitliliğini tanıma fırsatı bulabilmektedirler. Turistler, bal döngüsünü takip edebilir, arı kolonilerinin işleyiş özellikleri hakkında bilgi edinebilir, melez bitkileri görüp, tanımlamayı öğrenebilir ve sonunda insanlar ve arılar arasındaki ekolojik ilişki hakkında farkındalık edinebilirler (Woś, 2013). Arıcılık turizmi sürdürülebilir turizm ve kırsal kalkınma bilincini oluşturmanın yanı sıra, bu bilinci yeni nesillere aktarmayı amaçlamaktadır (Suna, 2020).

Kırsal kalkınmanın en önemli kaynaklarından birisinin alternatif turizm (kırsal turizm) olduğu yönündeki düşünce giderek değer kazanmaktadır (Cengiz ve Akkuş, 2012). Türkiye’de alternatif turizm genellikle bireysel çabalar ile sürdürülmektedir. Bu nedenle tanıtım ve pazarlama konusunda birçok güçlük karşı karşıya kalmaktadırlar. Alternatif turizm ile ilgili olarak, arz ve talep yönüyle örgütlenme ve lobicilik faaliyetleri yetersiz veya hiç yapılmamaktadır (Zurnacı, 2021). Alternatif turizmin en önemli özelliği, kırsal kalkınmanın yanı sıra, kırsallığın gururunu ve kimliğini korumayı ve onu canlandırmayı amaç edinmesidir (Cengiz ve Akkuş, 2012)

Destinasyonların turistik açıdan birçok sayıda çekicilik unsurları bulunmaktadır. Bu anlamda Türkiye, dünyanın en önemli ve en çok tercih edilen destinasyonlarından birisidir. Kuşkusuz, turizm endüstrisindeki yoğun rekabet destinasyonların ve işletmelerin sahip oldukları kaynakları daha iyi pazarlamaya ve talep yaratmaya yönlendirmektedir (Keskin v.d., 2020). Destinasyonların sahip oldukları kaynaklar arasında alternatif turizm unsurlarının gittikçe önem kazandığı görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın alternatif turizm sınıflandırması şunlardır: Sağlık turizmi, yayla turizmi, av turizmi, yat turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi, mağara turizmi, dağcılık, rafting turizmi, kış turizmi ve kuş gözlemciliğidir (Kılıç ve Güler, 2020).

Alternatif turizm 1980’lerden itibaren kültürel miras ve sürdürülebilirlik ile birlikte kullanılmaya başlanmıştır. Alan yazında alternatif turizm kitle turizminin zıttı olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle alternatif turizm daha çok doğa ve doğaya duyarlı veya sürdürülebilirlik açısından geliştirilmesine inanılan bir turizm faaliyeti olarak ele alınmaktadır (Baytok v.d., 2017).

Kılıç ve Güler’e (2020) göre arıcılık (api) turizmi; sürdürülebilir turizm ve alternatif turizm kapsamında ele alınmalıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde arıcılık (api) turizmi, bal üretimi ve doğal güzelliklerinin korunmasını, o yörenin üreticilerine bal üretimi gelirinin yanı sıra, turizm geliri sağlanmasını amaçlayan bir turizm türüdür. Arıcılık (api) turizmi kapsamında; bal ürünleri satış pazarları, arıcılık müzesi, apiterapi masaj salonları, çiçek bahçeleri, bal yapım atölyeleri, workshoplar, eğitici etkinlikler, festivaller ve şenlikler, bal hasat etkinlikleri, bal tadım etkinlikleri ve yarışmalar yer almaktadır. Ancak, Kılıç ve Güler (2020) “Türkiye’nin Kırsal ve Alternatif Turizm Kaynakları Üzerine Bir Araştırma: Api Turizm “ adlı çalışmada arıcılık (api) turizminin Türkiye’de gerçekleşme düzeyini ortaya çıkarmaya çalışılmıştır. Türkiye Arı Yetiştiricileri Merkez Birliği’ne bağlı 81 ilin il birlikleri başkanlıklarına arıcılık (api) turizmi faaliyetleri ile ilgili anket gönderilmiştir. 50 ilin birlik başkanı ankete cevap vermiştir. Araştırmaya katkı veren 50 ilin, Türkiye Arı Yetiştiricileri Merkez Birliği’ne bağlı il birlikleri başkanlıklarından elde edilen verilere göre; Mevcut birlik başkanlarından sadece 3’ü şimdiki kadar arıcılık (api) turizmi ile ilgili ankete katılmışlardır, 49 il başkanının bulunduğu ilde apiterapi merkezi bulunmamaktadır, ankete katılan 50 il başkanının buldukları illerde arıcılık (api) turizmi ile ilgili turistik turlar düzenlenmemektedir, 41 il başkanı arıcılığın turizm endüstrisinde kullanılabileceğini bilmektedir, 10 il başkanı arıcılığın turizme kazandırılması için diğer kurumlarla işbirliği içindedir, sadece bir ilinde arıcılık ile ilgili müze bulunmaktadır, arıcıların rehberliğinde çiçek bahçelerine turistik ziyaret yapan il sayısı 2’dir, sadece 5 ilde bal yapım atölyelerine turistik ziyarette bulunulmaktadır, 36 il birlik başkanının verdiği bilgiye göre arıcılık ile ilgili bilgilendirilmektedirler, arıcılık ile ilgili sadece 10 ilde öğrencilere yönelik eğitici gezi düzenlenmektedir, arıcılık il birliklerinin sadece 23’ünde bal ile ilgili festival ve şenlikler düzenlenmektedir, sadece 19 ilde bal ile ilgili yarışma düzenlenmektedir, bal ile ilgili 5 ilde yemek yarışması düzenlenmekte olup 45 ilde ise, bal ile ilgili

herhangi bir yarışma düzenlenmemektedir, ankete cevap veren il başkanlarının bulunduğu illerde hiçbirinde bal şarabı yapılmamaktadır, bal masajı hizmeti veren il sayısı 4 adettir, arıcılık ile ilgili hediyelik eşya satılan il sayısı 7'dir, bal hasat döneminde sadece 23 ilde etkinlik düzenlenmektedir, balın cilt bakımı için kullanıldığı il sayısı 16 olduğu görülmektedir, sadece 11 ilde bal tadım yarışmalarının yapıldığı görülmektedir, 10 ilin balı coğrafi işaret ile tescil edilmiştir. 40 ilin balı ise ürününü coğrafi işaret ile tescil ettirmemiştir. Bu araştırmada ortaya çıkan sonuca göre; Türkiye Arı Yetiştiricileri Merkez Birliği'ne bağlı il birlikleri arıcılık turizmi ve arı ürünleri ile ilgili yeteri kadar etkin olmadıkları görülmektedir.

Turist rehberleri, seyahatlerde turistlerin şikâyet, istek ve önerileriyle karşıya kalanlar kişilerdir. Turist rehberleri; alternatif turizm dâhil olmak üzere, destinasyonun tüm çekicilikleri hakkında bilgi sahibidir ve bu bilgiyi turiste aktarmaktadırlar (Keskin v.d., 2020). Turistlerin memnuniyetine ilişkin önemli bir unsur olarak görülen turist rehberlerinin, memnuniyet sağlamak için farklı rol ve görevleri vardır. Turist rehberinin yeterli donanımına sahip olması tur memnuniyetini sağlamakta ve turistleri mutlu etmektedir (Aktaş, 2020).

Turist rehberlerinin edindiği uzmanlık kurslarının, destinasyonların rekabet avantajını sağlaması açısından önemini vurgulayan bir çalışmada (Pond, 1993), rehberlerin uzmanlık eğitiminin düzenlenmesinin sadece gezginler ve rehberler için değil, aynı zamanda turistik kentler, destinasyonlar ve toplum için de büyük avantajlar sağladığını belirtmektedir.

Umur ve Eren (2016), tarafından yapılan çalışmada ise destinasyon imajın oluşturulmasında, tanıtım filmleri, broşürler, seyahat acenteleri, tur operatörleri yanında turist rehberleri gibi bilgi kaynaklarından yararlanıldığı belirtilmiştir. Çakmak ve Eren (2020), tarafından yapılan çalışmada ise turist rehberlerin aldığı uzmanlık eğitimlerinin bilgi düzeylerini artırıp, turizm endüstrisinin ihtiyacına yönelik bireysel ve kariyer gelişmelerine yardımcı olduğu ve destinasyon markalanmasına katkıda bulunduğu belirtilmiştir. Ayrıca, destinasyonun doğal güzelliklerini, tarihi zenginliklerini, ekonomisini, sosyal ve kültürel yapısını daha ayrıntılı aktarabilmek amacıyla turist rehberlerinin aldıkları üniversite eğitimi veya sertifika programlarının dışında kendilerini sürekli geliştirecekleri uzmanlaşma eğitimlerinin önemi vurgulanmıştır.

Konuyla ilgili olarak daha önce yapılan çalışmalardan farklı olarak bu çalışmanın amacı, Türkiye'de profesyonel turist rehberi olarak görev yapan kişilerin arıcılık (api) turizmi hakkında bilgi ve algılarının tavsiye niyetine etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, Türkiye Turist Rehberleri Birliği'ne (TUREB) bağlı ve internet sayfasında eylemli olarak görülen turist rehberlerine e-posta yoluyla anket gönderilmiş ve SPSS ve AMOS analiz yöntemleri kullanılarak analizler yapılmıştır. Çalışmanın evrenini Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB) internet sayfasında (<http://tureb.org.tr/tr/RehberVeritabani>) eylemli olup e-posta adresi olan 1028 rehberden oluşmaktadır. Anket soruları rehberlere e-posta ile gönderilmiş olup çalışmaya destek olunması istenmiştir. Bu dönemde Covid-19 salgını devam ettiğinden dolayı rehberler ankete cevap vermekle birlikte bazı rehberler çalışmadıklarını bilgisini vermiştir. Ankete 173 rehber cevap vermiştir. Çalışmanın ilk olması nedeniyle 173 adet cevap yeterli kabul edilmiştir. Bu araştırmada, rehberlerin arıcılık (api) turizmine yönelik algılarını ölçmekle birlikte alternatif turizm unsurlarından biri olan arıcılık (api) turizminin bilinirlik kazanması açısından önem taşımaktadır

Bu kapsamda çalışma dört bölüme ayrılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde literatür taraması yapılmıştır. İkinci bölümde araştırma yöntemi metodoloji hakkında bilgi verilmektedir. Üçüncü bölümde ise bulgular yer almaktadır. Sonuç bölümünde araştırmanın sonuçları hakkında bilgi verilerek, görüş ve öneriler sunulmaktadır. Bu çalışmanın ileride benzer konularda yapılacak olan çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca arıcılık (api) turizmi ile ilgili turist rehberleri için yeni bir uzmanlık ve niş bir çalışma alanı yaratacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte; yerel yöneticileri, Türkiye Turist Rehberleri Birliğini, Arıcı Birliklerini, Kültür ve Turizm Bakanlığını, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliğini, Kalkınma Ajanslarını, Tur Operatörlerini ve diğer paydaşları konu hakkında ilgilerinin artırılması hedeflenmiştir.

Literatür Taraması

20. yüzyılın başından itibaren turizm hareketliliğinde farklı talepler ve farklı turizm arzında farklılaşmalar meydana gelmeye başladığı görülmektedir. Bu farklılaşmanın başında alternatif turizme (kırsal turizm) turist ilgisinin artmasıdır (Doğanlı, 2020). Son yıllarda turizmde gözlenen eğilim çevre yanlısı olduğu görülmektedir. Ayrıca, eko ve tarım turizmi, doğa ve kültür turizmi başlıca çevre yanlısı turizm hareketleri arasında sayılabilir. Turistler, turistik zamanlarını geçirecek sadece fiziksel aktivite değil aynı zamanda bilişsel olarak da zaman harcayacakları aktivitelere yöneldikleri görülmektedir (Woś, 2014).

Kırsal alanlarda yaşayan insanların şehirde yaşayanlara göre bazı imkânları biraz daha sınırlıdır. Bu nedenle kırsalda yaşayan insanların hayat standardını yükseltmek, gelirlerini artırmak ve büyük şehirlere göç etmelerini azaltmak devleti yönetenlerin en temel sorumluluklarından birini oluşturmaktadır. Bu yüzden kırsal bölgelerde kalkınmanın sağlanmasına yönelik politika arayışları her zaman gündeme olmuştur. Bu politika arayışlarının sonucunda alternatif turizm öncelikli sektör olarak ön plana çıktığı söylenebilir. Alternatif turizm sayesinde

destinasyonun tüm çekicilikleri ile birlikte kültürel ve tarımsal kaynakları etkin bir şekilde insanlığın hizmetine sunulmaktadır (Özdemir, 2021).

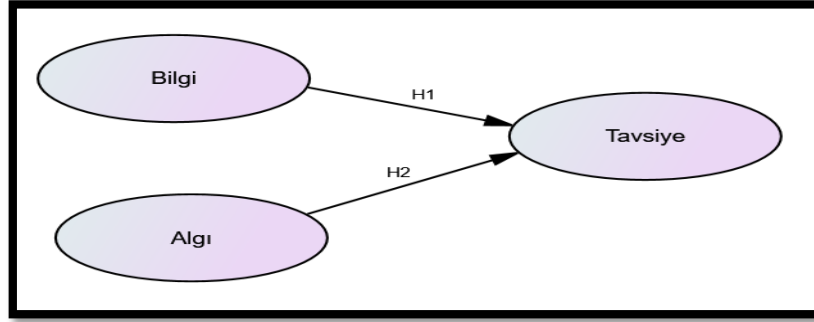
Günümüzde turistik talebin nitelikleri gittikçe değişmektedir. Bu değişim geleneksel tatil talep ve beklentilerinden alternatif turizm talep ve beklentilerine doğru evirilmektedir. Kırsal turizm talebini etkileyen nedenler ise, kırsal kökenlilik, ekonomik nedenler, düşük altyapı, ulaşım, beslenme ve eğlence harcamaları, sosyo-kültürel etkenler ve sağlık ve yaş etkenleri olarak sayılabilir (Demircioğlu, 1993: 9).

Alternatif turizmin özellikleri şunlardır (Baytok v.d., 2017; Erol ve Aslaner, 2017), Kitle turizmine göre küçük ölçeklidir, yerel halk önceliklidir, doğal, tarihi ve kültürel kaynakları koruma temel hedeftir, paydaşların katılımını öngörür, yerel halkın yaşam kalitesini arttırmaya yöneliktir, turistler ile yerel halk arasında bir etkileşim, sosyal ve toplumsal değerlere sahiplenme yönünden bir iletişimi öngörülür, bireysel turizm hareketi ön plandadır. Çelik'e göre (2018), alternatif turizmin yararları şunlardır; Alternatif turizm, kitle turizminin kum-güneş-deniz bölgelere yığılması önlenmiş olur, göç azaltılmış ve engellenmiş olur, alternatif turizm faaliyetlerine katılan turistler daha fazla harcama yapmaktadır, alternatif turizmde kültür ve bilgi ön plandadır, alternatif turizm, kitle turizmini olumsuz etkileyen krizlerden fazla etkilenmez, ülkelerin kültür ve yaşam biçimlerini tanıtır, halklarının birbirleriyle daha fazla yakınlaşmasına imkân sağlar.

Soykan (2000) yaptığı çalışmada, Fransa, İtalya, İspanya, Avusturya ve İngiltere'deki alternatif turizm deneyimi ile ilgili araştırmasında şu sonuçlara ulaşmıştır; alternatif turizm herhangi bir alanda başlatılması bilinçli ve planlı politikaların girişimleri ile mümkündür. Bu nedenle alternatif turizm bir politik tercih ve örgütlenme işidir. Bu örgütlenme yerel bir örgütlenme olup, dernek olabilir daha sonra ulusal ve uluslararası dernek ve federasyona üye olunmalıdır. Ayrıca öncelikle alternatif turizme olan ihtiyaca inanılması gerekmektedir. Kırsalda yerleşik kişilerin örgütlenmeden sonra uzmanlık alanlarına göre çalışmaya başlamaları gerekir. Alternatif turizm, özellikle ekonomik yönden dezavantajlı olan bölgelerde yapılan bir turizm türüdür. Gereğesi ise, kırsal yerleşmelerin turizme açılması ve ekonomik sosyal ve kültürel yönden katkı görmesidir. Alternatif turizm ile, tarım, hayvancılık ve el sanatları gibi üretimler ve elde edilen gelirler giderek güçlenmektedir. Alternatif turizmin en önemli çekiciliği turist gittiği yerde veya köyde her zaman aynı eski evi, eski çarşığı ve temiz doğayı bulabilmektedir. Kuşkusuz bu, sürdürülebilir turizm anlayışının eseridir.

Araştırmanın Amacı, Önemi ve Modeli

Çalışmada rehberlerin arıcılık (api) turizmi bilgisi ve algısının tavsiye niyetine etkisinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla çalışma modeli ve modele bağlı kalarak iki hipotez belirlenmiştir.



Şekil 1. Araştırma modeli

H₁: Turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi bilgisi ile tavsiye niyeti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi algısı ile tavsiye niyeti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

Belirlenen hipotezlerin analizi için Keskin v.d., (2020) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılan gastronomi bilgisi, gastronomi algısı ve tavsiye niyeti ölçeğinden yararlanılmıştır. Söz konusu ölçek arıcılık (api) turizmine uyarlanmıştır. Ayrıca, yapılan anket çalışmasında rehberlere arıcılık (api) turizm hakkındaki görüşleri açık uçlu soru olarak yöneltilmiştir. Rehberlerin açık uçlu sorulara verdikleri cevaplar ve önerileri özetlenerek çalışmanın bulgular kısmında yer verilmiştir. Çalışmanın uygulanabilmesi için; Trakya Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığından anket ile ilgili Etik Kurul Kararı alınmıştır (Evrak Tarih ve Sayısı: 27.05.2021 tarih ve 29563864-050.04.04-61889 Sayı ile Karar No:2021.05.24). Çalışmanın evrenini Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB) internet sayfasında eylemli olup e-posta adresi olan turist rehberinden oluşmaktadır. Anket soruları turist rehberlerine e-posta ile gönderilmiş olup çalışmaya

destek olunması istenmiştir. Anket 25 Mayıs 2021 – 25 Haziran 2021 tarihleri arasında yapılmıştır. Ankete 173 rehber cevap vermiştir.

Bulgular

Turist Rehberlerinin Arıcılık (Api) Turizmine Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Türkiye Örneği adlı çalışmanın anketine katılan katılımcıların demografik özelliklerine Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılar ile ilgili tanımlayıcı istatistikler

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde
Kadın	38	22
Erkek	135	78
Yaş	Sıklık	Yüzde
25-35	41	23,7
36-45	58	33,5
46-55	45	26,0
56 ve üstü	29	16,8
Eğitim	Sıklık	Yüzde
Lise	7	4,0
Önlisans	15	8,7
Lisans	96	55,5
Lisansüstü	55	31,8
Medeni Durumu	Sıklık	Yüzde
Bekar	60	34,7
Evli	104	60,1
Diğer	9	5,2
Mesleki Rehberlik Eğitimi	Sıklık	Yüzde
Bakanlık Kursu	79	45,7
Lisans Turist rehberleri Bölümü	42	24,3
MYO Turist Rehberliği Bölümü	44	25,4
Diğer	8	4,6
Rehberlik Tecrübesi	Sıklık	Yüzde
1 yıldan az	3	1,7
1-4 yıl arası	26	15,0
5-9 yıl arası	28	16,2
10-14 yıl arası	39	22,5
15 yıldan fazla	77	44,5
Hangi Bölgede Rehberlik Yapıyorlar	Sıklık	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	18	10,6
Doğu Anadolu Bölgesi	7	4,1
Ege Bölgesi	26	15,3
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	6	3,5
İç Anadolu Bölgesi	12	7,1
Karadeniz Bölgesi	12	7,1
Marmara Bölgesi	52	30,6
Tüm Bölgeler	69	40,6
Yurtdışı	7	4,1

Tablo 1’de görüleceği üzere ankete katılanların %78’i erkek %22’si kadındır. Lisans mezunu oranı %55,5’tir. %44,5 katılımcının mesleki tecrübesi 15 yıl ve üzerinde olduğu görülmektedir. Turist rehberlerinin en çok Marmara, en az Güneydoğu Anadolu bölgesinde rehberlik yaptıkları görülmektedir.

Tablo 2’de ise ankete katılan turist rehberlerin arıcılık (api) turizminin pazarlanabilir bir turistik ürün olup olmadığına dair görüşleri yer almaktadır.

Tablo 2. Turist rehberlerinin arıcılık (api) turizminin pazarlanabilir bir ürün olup olmadığına dair görüşleri

Arıcılık (api) turizmi, pazarlanabilir bir turizm ürünü mü?	Sıklık	Yüzde
Evet	137	79,2
Hayır	34	19,9

Tablo 2’de görüleceği üzere, ankete katılan turist rehberlerinin %79,2’si arıcılık (api) turizminin pazarlanabilir bir turistik ürün olarak görmektedir.

Tablo 3, 4 ve 5’te anket soruları, faktör yükleri, çarpıklık ve basıklık değerleri yer almaktadır.

Tablo 3. Anket soruları ve faktör yükleri

Faktörler/Maddeler	Faktör Yükleri				
	AFA/DFA	Çarpıklık	Basıklık	CA	CR
Arıcılık (api) Turizmi Bilgisi				0,835	0,849
1. Arıcılık (api) turizmi konusunda genel bilgi sahibiyimdir.	0,869/0,9	0,725	-0,695		
2. Arıcılık (api) turizmi konusunda eğitim aldım.	0,821/0,711	1,974	3,479		
3. Arıcılık (api) turizmi ile ilgili kitapları, dergileri, TV programları ve internet kaynaklarını etkin olarak kullanarak bilgi edinirim.	0,762/0,728	0,579	-0,976		
4. İlk defa grup götüreceğim bir yerin arıcılık (api) turizmi ile ilgili deneyim ve bilgi edinirim.	0,474/0,409	-0,149	-1,448		
5. Sahip olduğum bilgi düzeyi arıcılık (api) turizmi rehberliği yapmak için yeterlidir.	0,87/0,836	1,001	0,113		

Toplam Açıklanan Varyans: %61,68

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçüsü: 0,793

Bartlett Küresellik Testi: Ki Kare:402,42

Serbestlik derecesi:10

p değeri: 0,000

Tablo 4. Anket soruları ve faktör yükleri

Faktörler/Maddeler	Faktör Yükleri				
	AFA/DFA	Çarpıklık	Basıklık	CA	CR
Arıcılık (api) Turizmi Algısı				0,734	0,656
6. Turistler turlarda denedikleri arı ürünlerinin (arıcılık turizmi çerçevesinde) tadını genel olarak beğenmektedir.	0,451/0,489	-0,534	0,76		
7. Tur rotasındaki bölgelerin arı ürünlerini sunduğunu düşünüyorum	0,452/0,455	-0,338	-0,592		
8. Arıcılık (api) turizminin kent markalarını ön plana çıkartacağını düşünüyorum	0,625/0,513	-0,745	0,89		
9. Arıcılık (api) turizminin sürdürülebilir turizme katkı sağlayacağını düşünüyorum.	0,71/0,624	-0,901	1,135		
10. Arıcılık (api) turizmi turlarının kırsal kalkınmaya katkı sağlayacağını düşünüyorum	0,692/0,541	-0,73	0,651		

Toplam Açıklanan Varyans: %48,88
 Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçüsü:
 0,757
 Bartlett Küresellik Testi: Ki Kare:178,33
 Serbestlik derecesi: 10
 p değeri: 0,000

Tablo 5. Anket soruları ve faktör yükleri

Faktörler/Maddeler	Faktör Yükleri				
	AFA/DFA	Çarpıklık	Basıklık	CA	CR
Tavsiye Etme Niyeti				0,936	0,935
11. Düzenlenecek yeni turlarda arıcılık (api) turizmini turistlere önereceğim.	0,86/0,904	-0,953	1,616		
12. Tur operatörlerine tur programlarında arıcılık (api) turizmine yer vermelerini önereceğim.	0,87/0,917	-0,821	0,94		
13. Arıcılık (api) turizmi ile ilgili meydana gelecek yenilikleri takip edeceğim.	0,837/0,84	-0,771	0,902		
14. Meslektaşlarıma turlarda arıcılık (api) turizmi yer vermelerini tavsiye edeceğim.	0,835/0,873	-0,519	0,474		
Toplam Açıklanan Varyans: %84,00 Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçüsü: =0,854 Bartlett Küresellik Testi: Ki Kare:594,80 Serbestlik derecesi: 6 p değeri: 0,000					
$\Delta\chi^2/df$	RMSEA	CFI	GFI	IFI	
192,3/75= 2,564	0,095	0,914	0,86	0,915	

Verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için Bartlett's Küresellik Testi uygulanmış ve ölçeklere ait sonuçların anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar dâhilinde KMO değerinin 0,60'tan yüksek olması ve Bartlett testinin anlamlı çıkması, verilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermiştir. Ölçek maddelerinin faktör yükleri incelendiğinde maddelerin yer aldıkları faktörlerdeki yük değerlerinin 0,30 ve üzerinde olması uygun bir ölçü olarak kabul edilmektedir. Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinin ardından ölçeklerin geçerlik ve güvenilirliklerine yönelik analizler yapılmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliğini tespit etmek amacıyla Cronbach Alfa (CA) ve birleşik güvenilirlik (CR) değerleri incelenmiştir. Ölçeklerin CA (minimum: 0,734) ve CR (minimum: 0,656) değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu belirlenmiştir. Ki-kare istatistiği örneklem büyüklüğünden çok çabuk etkilendiği için örneklemden daha az etkilenen χ^2/sd oranı bunun yerine kullanılabilir bir ölçüttür (Şimşek, 2007; Waltz, Strickland and Lenz, 2010). χ^2 değerinin serbestlik derecesine bölünmesiyle elde edilen bu değer iki veya altında olmalıdır. Beş ve daha az ise kabul edilebilir bir değerdir (Munro, 2005; Şimşek, 2007; Hooper and Mullen, 2008).

$0 < \chi^2/sd \leq 2$ mükemmel uyum vardır.

$2 < \chi^2/sd \leq 3$ kabul edilebilir düzeyde bir uyum vardır (Kline, 2005).

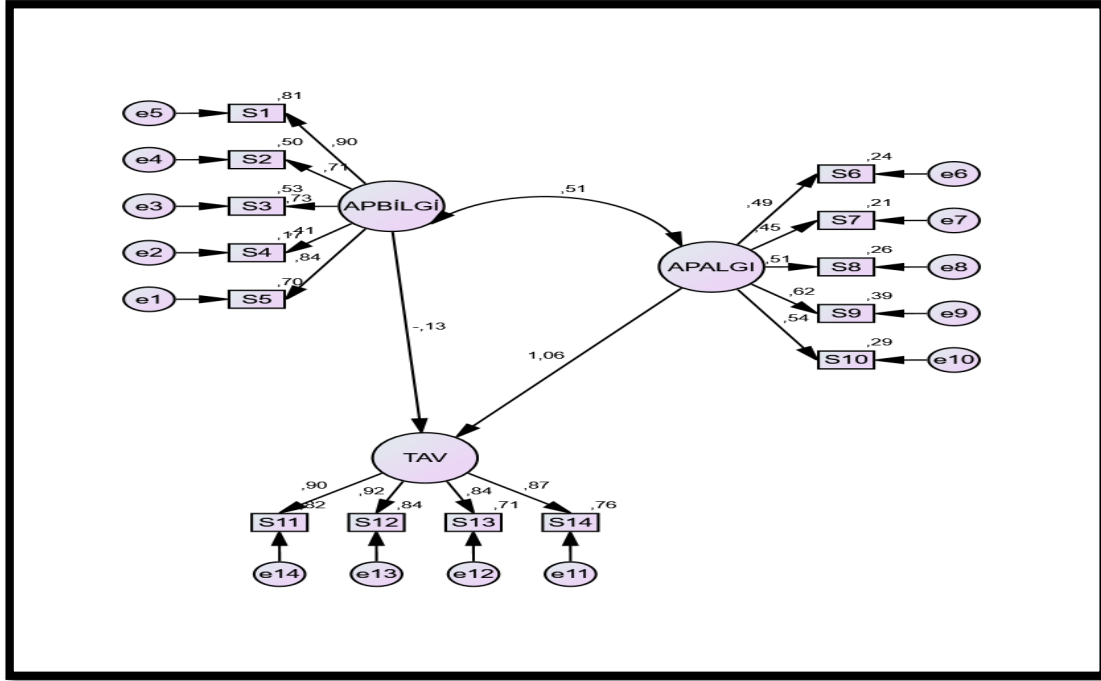
$3 < \chi^2/sd < 5$ Orta düzeyde bir uyum vardır (Sümer, 2000).

RMSEA değeri için uygunsuzluk testi demek daha doğru olacaktır. Zira 0.1'e yaklaşan ve aşan değerler kötü, daha aşağı inerek sifıra yaklaştıkça modelin iyi olduğu söylenebilir. RMSEA'nın %95 güven aralığında alabileceği değerler 0.03 ile 0.08 aralığında olabilir, 0.08'in üzerindeki değerler kötü bir model uygunluğuna işaret edecektir (Rigdon, 1996: 369-379).

H₁: Turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi bilgisi ile tavsiye niyeti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi algısı ile tavsiye niyeti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

Buna göre, bilginin tavsiyeye pozitif bir etkisi yoktur. P değeri (0,097) > 0,05 olduğundan arıcılık (api) turizmi bilgisi ve tavsiye niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki yoktur. Araştırma kapsamında sınanan iki hipotezden birincisi reddedilmiştir. Turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi bilgisinin tavsiye niyeti üzerinde bir etkisi yoktur. H₂ hipotezi kabul edilir. Arıcılık (api) turizmi algısı ve tavsiye niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.



Şekil 2. Ölçeklere yönelik uyum iyilik değerleri

Şekil 2’de yer alan modele yönelik uyum iyilikleri incelendiğinde modelin kabul edilebilir değerlere sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 6. Ölçeklere yönelik korelasyon analiz sonuçları

Ölçeklere yönelik korelasyon analiz sonuçları			
Ölçek	X	SS	ATTN
ATB (Arıcılık Turizmi Bilgisi)	2,21	0,93	0,440
ATA (Arıcılık Turizmi Algısı)	3,69	0,61	0,691
ATTN (Arıcılık Turizmi Tavsiye Niyeti)	3,69	0,81	

Arıcılık Turizmi bilgisi boyutunu oluşturan değişkenlerin ortalama aldığı değerler, arıcılık turizmi algı değeri boyutu ve tavsiye niyetinin değerlerden düşüktür. Arıcılık turizminin bilgi düzeyinin tavsiye niyeti arasında korelasyon düzeyi düşüktür. Tavsiye etme niyeti üzerinde arıcılık turizmi algısını çok daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 7. Çalışma model analizi

Çalışma modeli analizi			
Yol	Std.B	S.H	P
ATB-----> ATTN	-0,104	0,062	0,097
ATA-----> ATTN	1,815	0,274	***

p<0,05

Tavsiye niyetine, arıcılık turizmi konusunda bilgi sahibi olmanın etkisinin ($\beta=-0,104$), arıcılık turizmi konusundaki algıdan çok daha düşük oranda etkisi olduğu görülmektedir. Bilgi sahibi olma boyutunu belirleyen değişkenlerin diğer değişkenlere göre düşük performansa sahip olması edinilen algının daha genel ve ampirik veriler üzerinden oluştuğunu varsaymak mümkündür. Yeterli olmayan bilgi kaynaklarından beslenerek oluşturulan algının tavsiye dönüşmesi tavsiye etme niyeti ile yüksek bir korelasyona sahipken, yüksek bilgi düzeyi ile oluşturulacak algının daha güçlü tavsiye niyeti doğuracağını beklemek mümkündür.

Yapılan anket çalışmasında turist rehberlerinden arıcılık (api) turizmi ile ilgili görüşleri sorulmuştur. Çalışmada rehberlerden elde edilen görüşler şu şekilde özetlenebilir; Türkiye Turist Rehberleri Birliği arıcılık (api) turizmi ile ilgili eğitim düzenlemelidir. İlgili Bakanlıklar, bal üreticileri, birlikler ve kooperatifler Türkiye Turist Rehberleri Birliği ile birlikte dokümantasyon ve eğitim programı hazırlamalıdır. Turist rehberlerine bilgilendirici e-posta gönderilmelidir. Arıcılık (api) turizmi ile ilgili yeterli altyapı oluşturulması durumunda talep yaratılabilir. Bazı kaynaklarda api turizm geçmekte bunun yerine arıcılık turizmi terimi kullanılmalıdır. Yurtdışında arıcılık turizmi ile ilgili eğitimler yer almaktadır. Türkiye’de arıcılık turizmi ile ilgili turist rehberlerinin eğitim ihtiyacı bulunmaktadır. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği arıcılık turizmi ile ilgili bilgilendirme yapmalıdır. Arıcılık turizmi ile ilgili yurtdışı faaliyetler yakından gözlemlenmelidir. Arıcılık turizmi fikrinin tur operatörleri tarafından kabul görmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Uzun vadede talebi ve getirisi yüksek olabilecek bir turizm çeşididir. Arazi koşulları, yol, rota ve özel koruyucu giyisiler maliyeti arttırmaktadır. Arıcılık turizmi tek başına Pazar alanı oldukça dar görülmektedir. Arıcılık turizmi ile ilgili yurtdışında ve yurtdışında tanıtım yapılması durumunda ve yoğun olmayan tur programlarına dâhil edilebilir. Arıcılık turizmi, eko turizm ve gastronomi turizm içerisinde değerlendirilebilir. Arıcılık turizmi, botanik bahçeler, ender ve endemik bitkiler ve yaban hayatı turizmi ile birlikte pazarlanmalıdır. Covid-19 salgınının insanların üzerindeki olumsuz etkisi arıcılık turizmi ile giderilebilir. Anadolu coğrafyasının flora, fauna ve iklimi arıcılık turizminin temelini oluşturan arı ürünlerinin ihracat potansiyelini artırılabilir. Arı ürünlerine turistler ilgi göstermektedir. Ancak paket tur olarak sunulması arıcılık turizmi pazarını arttıracaktır. Arıcılık turizmi tek başına başarıya ulaşması mümkün görünmemektedir. Turist rehberi, Moskova’da her yıl "Ярмарка меда" (Yarmarka myoda) balcılık fuarı organize edildiğini belirtmiş. Rusya'nın her köşesinden bal üreticileri kışın ortasında orada toplanıp ballarını satabilmektedirler. Muhteşem çeşitlilik, kendi başına bile bir tur programı olabilir. Türkiye’de de bu türden geleneksel bir fuar, festival oluşturulabilir.

Sonuç

2000 yılın başlarından itibaren Avrupa’da turizm çeşitlerinden birisi haline gelmeye başlayan alternatif turizm alt bileşeni olan arıcılık (api) turizmi, Kılıç ve Güler’in (2020) Türkiye Arı Yetiştiricileri Merkez Birliği başkanları ile yaptıkları anket sonucuna göre, arıcılık (api) turizminin Türkiye’de destinasyon tercihinde yer almadığı görülmüştür. Bu nedenle bu olumsuz durumun, turist rehberleri bakış açısıyla ve rehberlik yönüyle analizi büyük önem taşımaktadır. Çünkü turistik destinasyonların sahip olduğu alternatif turizm (kırsal turizm) ve arıcılık (api) turizmi ile ilgili ürünlerin ve hizmetlerin turistlere sunulmasında turist rehberlerinin bilgi, tecrübe, istek ve tavsiyelerinin önemi büyüktür. Turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi hakkında bilgi, deneyim ve istekli olmaları arıcılık (api) turizmi bakış açıları turistlere destinasyonların alternatif turizm (kırsal turizm) veya arıcılık (api) turizminin değerlerini tavsiye etmelerinde veya tur programına dâhil etmelerinde oldukça önemli bir misyonu bulunmaktadır. Araştırma Covid-19 salgınının yoğun olarak yaşandığı ve sokağa çıkma yasağının kısmi olarak uygulandığı (Anket 25 Mayıs 2021 – 25 Haziran 2021) dönemde yapılmıştır.

Alternatif turizm, dünyada sürdürülebilir turizm açısından değerlendirildiğinde öneminin giderek arttığı görülmektedir. Dünyada yaşanan yeni eğilimler, çevre kirliliği, aşırı kentleşme ve Covid-19 pandemi süreci, alternatif turizme yönelmeye neden olmuştur. Alternatif turizm ürünleri sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından oldukça önemlidir. Arıcılık turizmi alternatif turizm kapsamında değerlendirilmekte olup öneminin giderek artacağı öngörülmektedir.

Alternatif turizmin önemli çeşitlerinden olan arıcılık turizmi, destinasyon markalanmasında önemli rol oynamakta ve bölgeye katma değer yaratmaktadır. Özellikle 2019 yılının sonlarında başlayan Covid-19 pandemisi sonrası turist eğilimleri kitle turizminden alternatif turizme doğru yöneldiği görülmektedir. Sürdürülebilir turizm ve alternatif turizm kapsamında ele alınabilecek olan arıcılık (api) turizmi, kırsal kalkınma için hayati öneme sahip olduğu görülmektedir.

Arıcılık turizmi, sağlık turizmi çerçevesinde değerlendirilebileceği gibi, destinasyonların doğal güzelliklerini korumakta ve destinasyon halkına hem ekonomik, hem sosyo-kültürel katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda turist rehberlerinin destinasyonların tanıtılması noktasında önemli bir role sahip olduğu bir gerçektir. Yapılan bu çalışmada turist rehberlerinin arıcılık turizmi ile ilgi ve bilgilerinin tavsiye etme niyetine etkisi araştırılmıştır.

Araştırmada, görüşlerine başvuru alan turist rehberleri, Türkiye’de arıcılık (api) turizmi ile ilgili şimdiye kadar hiçbir şekilde turistlere yönelik planlı ve tur programı içinde turistik bir eyleminin olmadığını belirtmişlerdir.

Turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi hakkında bilgi sahibi olmaları durumunda uzmanlık alanı olarak arıcılık turizmi rehberliğine yönelmek istedikleri görülmüştür. Araştırmada turist rehberlerinin arıcılık (api) turizmi ile ilgili görüşleri arasında en önemli unsur uzmanlık eğitimlerine olan talep olmuştur. Bu durum turist rehberlerinin arıcılık turizmine ilgi duyabileceği ve bunu tur operatörlerinin desteğiyle tavsiye edebileceği görüşünü desteklemektedir.

Turist rehberleri arıcılık (api) turizmini “niş” pazar çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği ve uzun vadede katma değer sağlayacağı bir pazarlanma stratejinin yapılmasının önemini vurgulamışlardır. Turist rehberleri arıcılık turizminin Covid-19 salgınının insanları üzerindeki olumsuz etkisini giderici özelliği olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, Anadolu coğrafyasının flora, fauna ve iklimi arıcılık turizminin temelini oluşturan arı ürünlerinin ihracat potansiyelini taşıdığı da belirtilmiştir. Turist rehberleri, arıcılık (api) turizminin; eğitim, tanıtım, pazarlama faaliyetleri yapılarak tur programının içinde yer alması durumunda turistik ürün olabileceği konusunda hemfikir oldukları görülmektedir.

Arıcılık turizmi konusunda eğitim aldığını dile getiren rehberlerin oranının düşük olduğu tespit edilmiştir. Bilgi sahibi olunan kaynakların daha ziyade görsel, yazılı basın, internet ve deneyim olduğu görülmektedir. Tavsiye niyetini belirleyen değişkenlerin bilgi düzeyini belirleyen değişkenlerle korelasyonuna bakıldığında, deneyim sahibi olmanın diğer bilgi kaynaklarına nazaran daha yüksek bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Bu durum güçlü ve etkili bilgi kaynakları ile temas etmenin rehberlerin tavsiye etme niyetlerine olumlu etki olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, Türkiye için zengin bir potansiyele sahip olan arıcılık turizminin ülke ekonomisine kazandırılması sürecinde turist rehberlerinin çok önemli katkısı bulunmaktadır. Bu çalışma ile turist rehberlerinin arıcılık turizmi ile ilgili farkındalığın artırılması, ilgi ve bilgi düzeylerine göre tavsiye etme niyetlerinin artabileceği görülmektedir. Bununla birlikte, araştırmaya katılan rehberlerin önemli bir kesiminin 25-55 yaş aralığında olduğu ve bu durumda arıcılık turizmi gibi yeni turizm çeşitlerine açık olabileceği anlamını taşımaktadır.

Kaynaklar

- Aktaş, A.C. (2020). *Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolünün Turist Destinasyon Sadakati Üzerine Etkisi: Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alan Başkanlığı Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi.
- Baytok, A., Pelit, E. ve Soybalı, H. H. (2017). Alternatif turizm mi turizmde çeşitlilik mi? Kavramsal bir değerlendirme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ÖS-IV: 1-14.
- Cengiz, G. ve Akkuş, Ç. (2012). Kırsal Turizm Kapsamında Yöre Halkının Kalkındırılması: Erzurum Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 61-74.
- Çakmak, F. T. ve Eren, A. (2020). Turist Rehberliği Uzmanlaşma Eğitimleri Ne Kadar Uzmanlaştırıyor? *MTCÖN, 2020 Bildiriler Kitabı*, Detay Yayıncılık, Ankara, 16-29.
- Çelik, S. (2018). Alternatif Turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Cilt: 11 Sayı: 56, 194-204.
- Demircioğlu, G. (1993). Kırsal Turizm Nedir? *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (5), 8-10.
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi İşaret, Markalaşma ve Kırsal Turizm İlişkileri. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 525-541.
- Erol, G. ve Aslaner, E. (2017). Alternatif Turizmin Bazı Türleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/4, 422-438.
- Keskin, E., Yetiş, Ş. A. ve Yorgancı, B. (2020). Turist Rehberlerinin Gastronomiye Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Kapadokya Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 17(3), 553-566.
- Kılıç, B. ve Güler, E. G. (2020). Türkiye'nin Kırsal ve Alternatif Turizm Kaynakları Üzerine Bir Araştırma: Api Turizm. *6. Uluslararası Ekonomi Yönetimi ve Pazar Araştırmaları Kongresi*. 17-25.
- Özdemir, S. (2012). Kırsal Kalkınmada Kırsal Turizmden Yararlanma Olanakları: Gökçeada Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*,(2), 19-21.
- Pond, K. L. (1993). *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Soykan, F. (2000). Kırsal Turizm ve Avrupa'da Kazanılan Deneyim. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (1), 21-33.
- Suna, B. (2020). Turizmde Arıcılığın Kullanımına Keşifsel Bir Yolculuk. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 31, Sayı 1, 19-30.

Türkiye Turist Rehberleri Birliği: <http://tureb.org.tr/tr/RehberVeritabani>, Eriřim tarihi: 01-10.02.2021.

Umur, M. ve Eren, D. (2016). Destinasyon İmajı Ve Destinasyon Kiřilięinin, Ziyaretçi Memnuniyeti Ve Geleceęe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 6, Sayı 1, 271-294.

Woś, B. (2013). Api-Tourism As a Form of Educational Tourism. *Tourism & Management Studies International Conference* (TMS 2013 Algarve).

Woś, B. (2014). Api-tourism in Europe, Journal of Environmental and Tourism Analyses. *Journal of Environmental and Tourism Analyses*. Vol.: 2. (1), 66-74.

Zurnacı, N. (2012). Kırsal Turizmde; Giriřimcilik ve Örgütlenme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2), 65-70.