


## Kırsal Turizm Bölgesindeki İşletme Sahiplerinin Bakış Açısıyla Turist Davranışlarının Değerlendirilmesi: Kuyucak Köyü Örneği

*Evaluation of Tourist Behaviors from the Perspective of Business Owners in Rural Tourism Region: The Case of Kuyucak Village*

Fatma Doğanay ERGEN<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Isparta, Türkiye.

### Özet

Kırsal turizm, ülkelerin turizmin mevsimsellik etkisini azaltmak ve ürün çeşitlendirmek gibi politikalar ışığında gerçekleştirilmekle birlikte özellikle kırsal bölgelerin kalkınmasını sağlamak, kadınların daha fazla iş gücüne katılımını gerçekleştirmek, kente göçü önlemek gibi önemli nedenler ile de gerçekleştirilmektedir. Aynı zamanda değişen turist ihtiyaç ve beklentileri de daha fazla kırsal turizme eğilimin olmasını sağlamıştır. Dolayısıyla dünyada kırsal turizmin önemini giderek artmaya başladığını söylemek mümkündür. Bu kapsamda çalışma ile lavanta bahçeleri olan işletme sahiplerinin bakış açısıyla turist davranışlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın evrenini Isparta ili Keçiborlu ilçesine bağlı Kuyucak köyünde yer alan turistik lavanta bahçesi olan işletme sahipleri oluşturmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden mülakat tekniğinden faydalanıldığı bu çalışma, turistik lavanta bahçesi olan 12 işletme sahibi ile gerçekleştirilmiştir. Turistlerin lavantaya ilişkin en çok yönelttikleri soru lavantanın yağının nasıl çıkartıldığı olurken turistler için lavanta ile fotoğraf çekilmenin önemli olduğu ve bölgeye ağırlıklı olarak kadın ziyaretçilerin geldiği belirlenmiştir. Turistlerin lavantanın yağını, kurusunu ve tacını satın aldıkları görülmektedir. Turistlerin lavantaları koparması, etik dışı davranış olarak belirtilirken, İstanbul, Ankara ve İzmir'den gelenlerin daha anlayışlı olduğu konusunda katılımcıların hem fikir oldukları görülmektedir. Bununla birlikte katılımcılar, işletmelerinin faaliyetine önümüzdeki yıllarda da devam edeceklerini belirtmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Kırsal Turizm, Kırsal Turizm İşletmeleri, Turist Davranışı, Lavanta, Isparta

### Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 11.05.2022  
Kabul Tarihi 23.06.2022

### Sayı Editörü


Sedat ŞAHİN

### Abstract

Rural tourism is carried out in the light of the policies of countries such as reducing the seasonal effect of tourism and diversifying products, but it is also realized for important reasons such as ensuring the development of rural areas, increasing women's participation in the workforce, and preventing migration to the city. At the same time, changing tourist needs and expectations have also led to a tendency towards more rural tourism. Therefore, it can be said that the importance of rural tourism has started to increase gradually in the world. In this context, it is aimed to evaluate tourist behavior from the perspective of business owners with lavender gardens. The universe of the study consists of business owners who have a touristic lavender garden in Kuyucak village in Isparta province. This study, in which the interview technique was used from the qualitative research methods, was carried out with 12 business owners who have a touristic lavender garden. While the most frequently asked question by tourists about lavender was how lavender oil is extracted, it was determined that it is important for tourists to take pictures with lavender and that predominantly female visitors come to the region. It is seen that tourists buy the oil, dried and crown of lavender. While it is stated as an immoral behavior for tourists to pluck lavender, it is seen that the participants agree that those coming from Istanbul, Ankara and Izmir are more understanding. In addition, the participants stated that they will continue to operate their businesses in the coming years.

**Keywords:** Rural Tourism, Rural Tourism Enterprises, Tourist Behavior, Lavender, Isparta

### Sorumlu Yazar

Fatma Doğanay ERGEN  
doganay\_ergen@hotmail.com 

### Önerilen Atf:

Ergen, F. D. (2022). Kırsal Turizm Bölgesindeki İşletme Sahiplerinin Bakış Açısıyla Turist Davranışlarının Değerlendirilmesi: Kuyucak Köyü Örneği. *Journal of Academic Tourism Studies*, 3(1): 59-71.

## 1. GİRİŞ

Azalan bir küresel kaynak olan kırsal alanlar, turizm için giderek daha önemli bir ortam sağlamaktadır. Kırsal turizm, değişimi hem yaratan hem de yansıtan dinamik bir olgudur (Sharpley ve Roberts, 2004: 119). Birçok deniz, kum ve güneş üçlüsüne dayanan turizm destinasyonu, turizm gelişimine daha dengeli ve sürdürülebilir bir yaklaşım sağlamak için kırsal turizm ile turizm faaliyetlerini çeşitlendirmeye çalışmaktadır. Söz konusu bu destinasyonlarda kırsal turizmin geliştirilmesi, yalnızca kırsal alanların yenilenmesine değil, aynı zamanda daha çeşitli, daha yüksek harcama yapan pazarların cazibesini de içeren çeşitli turizm politikası hedeflerine ulaşmanın etkili bir yolu olarak görülmektedir. Böylece paket turizm ile ilişkili mevsimsellik sorunlarının azaltılması; bağımsız, organize olmayan turizmin teşvik edilmesi; turizmin sosyo-ekonomik faydalarının iç bölgelere yayılması; destinasyonun iklimsel değil kültürel çekiciliklerinin teşvik edilmesi; daha çevresel olarak uygun turizm biçimlerine yönelik iddia edilen talebin karşılanması mümkün olabilmektedir. Bununla birlikte tarım ürünleri için yeni pazarların yaratılması; bir bölgenin ekonomik tabanının genişletilmesi, kırsal alanların yeniden nüfuslandırılması dahil olmak üzere sosyo-kültürel kalkınma; kamu hizmetlerinin sürdürülmesi ve iyileştirilmesi; yerel zanaatların, geleneklerin ve kültürel kimliklerin canlandırılması; sosyal temas ve değişim için artan fırsatlar; hem doğal hem de inşa edilmiş çevrenin, altyapının korunması ve iyileştirilmesi sağlanabilmektedir (Sharpley, 2002: 234). Diğer yandan kırsal turizmin bölgeye sağladığı söz konusu bu faydalar, 19. yüzyılda ve özellikle 20. yüzyılda en gelişmiş ülkelerde yaşanan hızlı sanayileşme ve kentsel gelişme ile birlikte kırsal toplumların siyasi ve ekonomik konumlarında derin değişikliklere yol açması sonucu daha da önemli hale gelmiştir (Perales, 2002: 1102). Dolayısıyla kırsal ve kentsel bölgeler arasında oluşan bu eşitsizlik, kırsal turizmin bölgeye sağladığı katkılar sebebiyle önemli görülmektedir. Bu kapsamda Isparta, Akdeniz Bölgesi'nin batı bölümünde Göller Yöresi olarak adlandırılan kısımda yer almakta olup el dokuması halıları, gül, elma, lavanta yetiştiriciliği ile bilinmekte ve bu değerleri ile kırsal turizmde önemli potansiyel oluşturmaktadır. Özellikle ilin Keçiözü ilçesinde bulunan Kuyucak köyü lavanta bahçelerinin kırsal turizm için önemli bir avantaj olduğu söylenebilir.

Bu çalışma ile lavanta bahçeleri olan işletme sahiplerinin bakış açısıyla turist davranışlarının değerlendirilmesini sağlamak amaçlanmış olup literatür incelendiğinde konuyla ilgili benzer çalışmalar olmasına rağmen (Kılınç, 2022; Aktürk ve Demir, 2021; Giray, Kadakoğlu, Çetin ve Bamoi, 2019; Tarhan, Açıksöz ve Çelik, 2019; Bozok ve Karaman, 2018; Ongun, Gövdere ve Kösekaşyaoğlu, 2018), turist davranışlarının işletme sahipleri bakış açısıyla değerlendirildiği bir çalışmaya rastlanmamış olması konunun araştırılmasında belirleyici olmuştur. Dolayısıyla bu çalışmanın sonuçları ile benzer çalışmaların sonuçlarının karşılaştırılarak değerlendirilmesi sayesinde hem literatüre hem de bölgede kırsal turizmin sürdürülebilir şekilde geliştirilmesine katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmada öncelikle kırsal turizm kavramı açıklanarak lavanta tarlalarının turizm için önemi ele alınmış olup yöntem, sonuç ve öneriler başlıkları altında çalışma sunulmuştur.

## 2. KIRSAL TURİZM

Turizmin büyüme istatistiklerinin arkasında birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar arasında artan harcanabilir gelirler, daha uzun ücretli tatiller, daha kısa çalışma saatleri, daha iyi eğitim, hızla gelişen ulaşım ve iletişim ağları yer almaktadır. Bununla birlikte devlet kurumları, büyük ölçüde piyasa güçleri ve özel teşebbüs tarafından yönlendirmeler ile turizm gelişiminin hızı doğrudan etkilenmektedir. Diğer yandan kırsal kesimdeki tatillere yönelik eğilimin olması, ekonomik canlanma için bir araç olarak önemli bir potansiyele sahiptir. Kırsal alanda faaliyet gösteren yönetimlerin turizm gelişimine ilgi duymaya başlamasının en önemli nedenlerinden biri de kırsal kesimdeki tatillere yönelik bu eğilimdir (Lane, 1994: 7-8). Ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayalı olan kırsal alanların kalkınmasında kırsal turizm faaliyetleri kırsal alanların ekonomik faaliyetlerinin çeşitlendirilmesinde, farklı kültürlerin bir araya gelmesinde, toplumsal yapının

dönüştürülmesinde, istihdama katkıda, gelir getirici etkide ve insan yetiştirmede önemli bir rol oynamaktadır. (Aktürk ve Demir, 2021: 58). Diğer yandan kırsal alanlarda turizm yeni bir olgu olmadığı bilinmektedir. Sanayi Devrimi'nden bu yana, aslen kırsal bölgelerden gelen şehir sakinleri tarafından uygulanan turizm, genellikle tatillerini “memleketlerinde” geçiren kişiler ile var olmuştur. Neredeyse 18. yüzyıldan beri yapılmasına rağmen geleneksel kırsal turizm olarak memleketlere yapılan bu tatiller hiçbir zaman büyük bir akış hacmi üretmemiştir. Dolayısıyla geleneksel kırsal turizmi, kırsal ekonomik ilerleme için çok daha değerli olduğu varsayılan yeni bir kategori olarak ortaya çıkan modern kırsal turizminden ayırt etmek, modern kırsal turizm faaliyetlerine katılan kişilerin ekonomik ve kalkınma açısından daha değerli davranış ve tüketim kalıplarına sahip olması nedeniyle önemli olmaktadır (Perales, 2002: 1101-1102).

Kırsal turizm, kırsalda gerçekleşen turizm olarak açıklanmakta ancak daha derin bir değerlendirmede, kırsal turizmin bu basit tanımı birçok amaç için yetersiz kalmaktadır. Kırsal turizm karmaşık ve çok yönlü bir faaliyettir. Kırsal turizm çiftliğe dayalı tatilleri içermekte ancak aynı zamanda özel ilgi turizmi, doğa turizmi, ekoturizm, macera, spor ve sağlık turizmi kapsamında gerçekleştirilen yürüyüş, tırmanma, binicilik, avcılık ve olta balıkçılığı gibi aktiviteler de kırsal turizm içinde gerçekleştirilmektedir (OECD, 1994: 8-9). Kırsal Turizm, “ziyaretçinin deneyiminin genellikle doğa temelli faaliyetler, tarım, kırsal yaşam tarzı / kültürü, olta balıkçılığı ve gezi ile bağlantılı geniş bir ürün yelpazesine ilişkili olduğu bir tür turizm faaliyeti” olarak anlaşılmaktadır. Kırsal turizm faaliyetleri üç önemli özelliğe sahip olup kentsel olmayan (kırsal) alanlarda gerçekleşmektedir. Bu özelliklerin ilki; düşük nüfus yoğunluğu ikincisi; tarım ve ormancılığın hâkim olduğu peyzaj ve arazi kullanımı üçüncüsü ise; geleneksel sosyal yapı ve yaşam tarzı özellikleridir (UNWTO, 2022). Kırsal turizmin özelliklerine ilişkin literatürde araştırmacıların farklı sınıflandırmaları olduğu görülmektedir. Kırsal turizmi tanımlamak için dört temel özellik göz önünde bulundurulmaktadır: Bunlardan ilki, en yaygın olarak coğrafi ve sosyal bir bakış açısı olarak anlaşılan konumdur ve son derece önemlidir. İkincisi, sürdürülebilir kalkınma olup kırsal turizmin temel bir değeri olmaktadır. Üçüncüsü, yerli toplulukların rolü olmakta ve kırsal turizmi yönetmek için yerli toplulukların rolü baskın olmaktadır. Son olarak ise, kırsal turizmin kırsal deneyimler sağlaması gerekmektedir. Diğer yandan kırsal turizmi tanımlamak için konumu tanımlamadaki artan karmaşıklık, yalnızca dünyanın hızlı kentleşmesini yansıtmakla kalmamakta aynı zamanda kırsal ve kentsel olarak nasıl bölündüğü de sorgulanmaktadır. Bölgelerin faaliyetlerinde ve gelir kaynaklarında değişiklikler olduğunda, kentsel alanları kırsal alanlardan ayırmak giderek zor hale gelmektedir (Rosalina, Dupre ve Wang, 2021: 142-143). Kırsallığın, düşük nüfus yoğunluğu, açık alanla ve genellikle 10.000'den az nüfuslu küçük ölçekli yerleşimlerle bağlantılı olduğu tartışılmaktadır. Kırsal alanlar arazi kullanımına, tarım, ormancılık ve doğal alanlara hakimdir. Kırsal alanların toplumları gelenekçiliğe eğilimli olup toplumlar üzerinde geçmişin etkisi genellikle güçlüdür. Hükümet politikaları, radikal veya hızlı değişimden ziyade korumaya eğilimlidir. Kırsal turizmin özelliklerine ilişkin diğer bir sınıflandırmada ise beş özellik belirtilmektedir. Birincisi kırsal turizm, kırsal alanlarda gerçekleştirilir. İkincisi; işlevsel olarak kırsal olmalıdır. Kırsal; küçük ölçekli işletme, açık alan, doğa ile temas, 'geleneksel' toplumlar ve 'geleneksel' uygulamalar gibi özellikler üzerine inşa edilmiştir. Üçüncüsü; hem binalar hem de yerleşimler açısından ölçek olarak kırsaldır. Bu nedenle genellikle küçük ölçeklidir. Dördüncüsü; karakter olarak geleneksel, yavaş büyüyen ve yerel ailelerle bağlantılıdır. Genellikle büyük ölçüde yerel olarak kontrol edilecek ve bölgenin uzun vadeli iyiliği için geliştirilecektir. Beşinci olarak ise; kırsal çevrenin, ekonominin, tarihin ve konumun karmaşık yapısını temsil eden birçok farklı türden oluşmaktadır (Lane, 1994: 14).

Kırsal turizm yenilenmeyi, ekonomik ve sosyal kalkınmayı sağlamanın bir yolu olarak görülmektedir. Daha spesifik olarak, özellikle geleneksel tarım endüstrilerinin azaldığı kırsal alanlarda, etkili bir gelir ve istihdam kaynağı olarak geniş çapta tanıtılmaktadır. Bununla birlikte, son zamanlarda, bir dizi yerleşik turizm destinasyonu, turizm ürünlerini ve pazarlarını çeşitlendirmek, turizmin faydalarını kıyı tatil beldelerinden iç bölgelere yaymak için kırsal turizme de yönelmiştir (Sharpley, 2002: 233). Kırsal turizm, diğer ekonomik faaliyetlerle tamamlayıcılığı, GSYİH'ye ve istihdam yaratılmasına katkısı ve talebin zaman içinde (mevsimsellikle mücadele) ve daha geniş bir alanda dağılımını teşvik etme kapasitesi nedeniyle bölgede yerel ekonomik büyümeyi

ve sosyal değişimi teşvik etme potansiyeline sahiptir (UNWTO, 2022). Kırsal turizmin gelişmesi sadece yerel topluluklara ek gelir ve yeni istihdam olanakları sağlamakla kalmamakta aynı zamanda yerel zanaat ve sanatları yeniden canlandırma fırsatı da yaratmaktadır. Bununla birlikte kırsal turizmin hükümet tarafından geliştirilmesi ile çok sayıda geleneksel mülk restorasyon çalışmalarından yararlanabilmektedir. Diğer yandan daha yüksek gelir için kentsel alanlarda ve metropollerde göçmen işçi olarak çalışmak üzere memleketlerinden ayrılan genç nesil çiftçilerin, başka yerlerde öğrendikleri teknoloji ve yönetim fikirlerini kullanarak küçük ölçekli turizmle ilgili işlere başlamak için geri dönmeleri de kırsal turizm ile sağlanabilmektedir. Bu husus, kırsal kesimdeki birçok işletmecinin ve küçük kırsal turizm işletmesi sahibinin verimli bir işletme yürütmek için teknik eğitimler almadıklarından gerekli yönetim ve pazarlama becerilerinden yoksun olması sebebiyle önemli görülmektedir (Su, 2011: 1440-1441). Dolayısıyla bölgedeki destekleyici unsurlardan yararlanarak ve iyi bir yönetimle kırsal turizmden elde edilecek faydalar, köyün sosyo-ekonomik düzeyinin yükselmesine, kadınların güçlenmesine, kırsal sanat ve zanaatların gelişmesine, kültürel mirasın korunmasına, kırsal kalkınmanın sağlanmasına, kırsal bölgenin tanıtılmasına, göçün azalmasına ve tersine dönmesine katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda kırsal turizm yoluyla bu olumlu değişimler bölgede çarpan etkisi de yaratabilecektir (Giray, Kadakoğlu, Çetin ve Bamoi, 2019: 12).

### **3. KUYUCAK KÖYÜ LAVANTA TARLALARI VE TURİZM İÇİN ÖNEMİ**

Isparta İli, Akdeniz Bölgesi'nin batı bölümünde ve iç kesiminde yer almakta olup göller bölgesi olarak nitelendirilen kısmın merkezi konumundadır (Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022a). Tarih boyunca sürekli yerleşim gören "Göller Bölgesi" kendi dillerini konuşan "Pisidialılar" yaşamış olduğu yer olması sebebiyle Pisidia olarak adlandırılmıştır. Bölgeye ilk yerleşimlerin tarihi ise Üst Paleolitik (MÖ 35.000-10.000) döneme kadar inmekle birlikte Neolitik Dönemde (MÖ 8.000-5.500) bölge Anadolu'nun en önemli kültür bölgeleri arasında yer almış ve Kalkolitik Çağda da (MÖ 5500-3000) bölge önemini sürdürmüştür. Bununla birlikte bölgede Büyük İskender'in, Seleukosların, Romalıların, Bergamalıların, Anadolu Selçuklu Devleti, Hamidoğulları Beyliği ve Osmanlı'nın hakimiyetleri görüldüğünden medeniyetlerin önemli izleri de yer almaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2022a). Dolayısıyla Isparta ili hem kültürel açıdan hem de sahip olduğu doğal güzellikleri ile kültür ve doğa turizmi açısından oldukça zengin görülmekte aynı zamanda bölge artan turizm talebi ile de dikkat çekmektedir (Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022b). Diğer yandan Isparta gül ve lavanta yetiştiriciliği ile tanınmakta olup özellikle lavanta yetiştiriciliğinde Türkiye üretiminin %90'ını karşılayan Isparta ili Keçiborlu ilçesinde bulunan Kuyucak köyü dikkat çekmektedir (T.C. Isparta Valiliği, 2022). Lavanta, bu yörenin özellikle sulanmayan, kıraç ve eğimli arazilerine çok iyi uyum sağlamaktadır (Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022c).

Lavanta ilk olarak 1975 yılında Gül Tüccarı Zeki KONUR tarafından bir Fransa ziyareti sonrası bölgeye getirilmiştir. Öncelikle lavanta üretimi gül bahçelerinin kenarlarında ve evlerin bahçelerinde süs ve hobi amaçlı başlamıştır. Lavantanın ticari olarak üretimine ise 1990'lı yıllarda geçilmiştir (Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022c). Diğer yandan 2016 yılında Keçiborlu ilçesinin lavanta üreticisi olarak markalaşması, mevcut istihdam, göç ve kalkınma problemlerinin çözülmesine katkıda bulunulması, alternatif gelir ve iş kaynakları oluşturulması amacıyla T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Anadolu Efes ortaklığı ile yürütülen "Gelecek Turizmde" proje çağrısına Keçiborlu Yardımlaşma Dayanışma ve Eğitim Derneği, Keçiborlu Kaymakamlığı, Köylere Hizmet Götürme Birliği ve Kuyucak Köyü Muhtarlığı ortaklığında sunulan projenin seçilmesi sonucunda proje uygulamaya konulmuştur. Proje ile köydeki kadınlara ve genç nüfusa, iletişim ve ürün sunumu konularında eğitimler verilmesi sağlanmış ve bir kooperatif kurulmuştur. Diğer yandan lavantanın tanıtılmasına yönelik ünlü gazetecilerin, sosyal medya fenomenlerinin ve tiyatro oyuncularının Kuyucak Köyünü ziyaret etmeleri sağlanmıştır. Bununla birlikte tanıtıma yönelik Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü tarafından ulusal ve uluslararası boyutta basılı materyaller, reklam kampanyaları, sosyal medya kanalları ve diğer tanıtım etkinliklerinde kullanılmak üzere; Isparta İlinin tarihi ve

turistik öğeleri ile gül ve lavanta gibi doğal değerlerinin kalıcı olması için fotoğraf çekimleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan tanıtım çalışmaları neticesinde 2015 yılında 5 bin kişi olan ziyaretçi sayısı, 2016 yılında 20 bin kişiye ulaşmış, 2017 yılında ise yapılan alt yapı çalışmaları ve geliştirilen ev pansiyonculuğu sayesinde 20 bini aşmıştır (Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Lavanta bölgede özellikle haziran ayı içerisinde çiçeklenmeye başlamakta, çiçeklenme kademeli olarak yaklaşık 45-50 gün sürmektedir. Ağustos ayında ise lavanta hasadı başlamaktadır. Hasat edilen lavantaların yağı çıkarılmakta ve tohumu için kurumaya bırakılmaktadır. Lavantadan elde edilen lavanta balı, lavanta çayı, lavanta yağı, lavanta suyu, lavanta sabunu ve lavanta kurusu başlıca ürünler arasındadır (Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022c). Lavanta bitkisi ve lavanta bazlı ürünler, sinirleri yatıştırmak, uyku bozukluklarını tedavi etmek, romatizma ve kas ağrılarını hafifletmek, akne tedavisi, saç köklerini güçlendirmek, ev ve giysilerden zararlı böcekleri uzak tutmak, güzel koku sağlamak gibi farklı kullanım alanlarına sahiptir. Ayrıca lavanta çayının sakinleştirici etkisi de bulunmaktadır (T.C. Isparta Valiliği, 2022).

Lavantaların çiçek açtığı dönemde mor renkli tarlalar fotoğraf çekimi için uygun alanlar olmaktadır. Bu dönemde köy ve civarında yürüyüş, bisiklet ve fotoğraf çekimi aktiviteleri yapılabilmektedir (Türkiye Kültür Portalı, 2022b). Lavanta görünümü ve önceki sosyal medya paylaşımları, ziyaretçilerin karar vermelerinde, beklentilerini ve ziyaret motivasyonlarını arttırmada çok önemli belirleyiciler olmaktadır. Lavanta tarlalarını gezen her yaşta ziyaretçi olmasına rağmen, ziyaretçiler çoğunlukla gençler, yüksek eğitilmiş, orta ve alt gelir düzeyindeki, sosyal medyayı aktif kullanan, aile veya grupla seyahat eden, genellikle bir günlüğüne değil sadece birkaç saatliğine ziyaret eden kişiler olmaktadır (Giray, Kadakoğlu, Çetin ve Bamoi, 2019: 6-7). Kuyucak Köyü'nde kırsal turizm potansiyeli ve gelişimi açısından değerlendirildiğinde; turistik ürün olarak çekiciliği bulunan lavanta tarlalarının bölgede mevcut ve yaygın olması, lavantanın bölgeye çekicilik katması, gezi ve fotoğraf çekimleri için lavanta tarlalarının elverişli olması, köyde bulunan lavanta tarlalarının yerel ve ulusal medyada yer almaya başlamış olması güçlü yönler olarak öne çıkmaktadır (Kılınç, 2022: 261). Aynı zamanda lavanta tarımı, Kuyucak Köyü için kırsal kalkınma ve yerel kimlik açısından önemli bir potansiyele sahip olmaktadır (Tarhan, Açıksöz ve Çelik, (2019: 216). Dolayısıyla lavanta üretiminde zirvede bulunan Isparta ili, lavantasıyla birlikte kırsal turizm bakımından büyük bir çekim gücüne sahip olup köy, kırsal turizm faaliyetleri bakımından oldukça elverişli görülmektedir (Bozok ve Karaman, 2018: 32).

#### 4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Çalışmanın amacı, lavanta bahçeleri olan işletme sahiplerinin bakış açısıyla turist davranışlarının değerlendirilmesini sağlamaktır. Bu kapsamda çalışmanın evrenini Isparta ilinde bulunan Kuyucak köyünde yer alan turistik lavanta bahçesi olan işletme sahipleri oluşturmaktadır. Google harita uygulamasında 28 Nisan 2022 tarihinde, Kuyucak köyünde faaliyet gösteren 21 işletme listelenmiştir. Çalışmada örneklem alma yoluna gidilmiş olup kolayda örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden mülakat tekniğinden faydalanıldığı bu çalışmada, konuyla ilgili çalışmaların incelenmesi ve uzman görüşlerin alınması sonucunda yarı yapılandırılmış mülakat formu oluşturulmuştur. Aynı zamanda mülakat formu oluşturulurken Tarhan, Açıksöz ve Çelik (2019) ve Güler, Dalgıç ve Kadioğlu (2017) çalışmalarından faydalanılmıştır. Mülakat formu; katılımcıların demografik ve işletmeye ait özelliklerinin belirlenmesine yönelik 5 ve turist davranışlarının belirlenmesine yönelik 11 soru olmak üzere toplam 16 sorudan oluşmaktadır. Görüşmeler, 29 Nisan-8 Mayıs 2022 tarihleri arasında yapılmış olup çalışma, turistik lavanta bahçesi olan 12 işletme sahibi ile gerçekleştirilmiştir.

İçerik analizi sonuçları ana tema, alt temalar ve kodlara ilişkin açıklamalar yardımıyla sunulmuştur. Araştırmanın güvenilirliğini belirlemek amacıyla katılımcılara yöneltilen sorulara ilişkin verilen cevaplar başka bir akademisyen tarafından da incelenerek "Görüş Birliği" ve "Görüş Ayrılığı" olan kodlar belirlenmiştir. Görüşler arasındaki uyum oranı Miles ve Huberman (1994) tarafından açıklanan formül "P (Uzlaşma Yüzdesi %) = [Na (Görüş Birliği) / [Na (Görüş Birliği) + Nd (Görüş Ayrılığı)] X 100" kullanılarak bulunmuştur (Arıkan & Parlakkaya, 2020: 1260).

Hesaplama sonucunda  $P=90.25$  değeri bulunmuş olup çalışmanın güvenilir olduğu kabul edilmektedir. Her bir alt temaya ilişkin güvenilirlik katsayısı, birinci alt tema olan “lavanta üretimi” için %92, ikinci alt tema olan “lavanta üretimi yapma durumu” için %90, üçüncü alt tema olan “turist profili” için %89, dördüncü alt tema olan “turist davranışları” için %90 olarak bulunmuştur. Görüş birliği sonucu alt temalara ilişkin toplam 103 kod belirlenmiştir.

## 5. BULGULAR

Elde edilen bulgular içerik analizi ile incelenmiş olup içerik analizi sonuçları ana tema, alt temalar ve kodlara ilişkin açıklamalar yardımıyla sunulmuştur. Analizler sonucunda “lavanta üretimi”, “turist profili”, “turist davranışları” ve “işletmenin geleceğine ilişkin düşünceler” olmak üzere 4 ana tema belirlenmiştir. Temalar içerisinde en sık tekrarlanan kodlar tablolar halinde sunulmuştur. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular frekans analizi aracılığıyla incelenmiş olup Tablo 1’de sunulmuştur. Tablo 1 incelendiğinde, 1 katılımcının kadın, 11 katılımcının erkek; medeni durum açısından 3 katılımcının bekar, 9 katılımcının evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde çoğunluğunun 30’lu yaşlarda, eğitim durumları incelendiğinde ise lise mezunu 3, önlisans mezunu 3, lisans mezunu 4 ve yüksek lisans mezunu 2 kişi olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

		f
Cinsiyet	Kadın	1
	Erkek	11
Medeni Durum	Bekar	3
	Evli	9
Yaş	25 yaş	1
	27 yaş	2
	30 yaş	2
	34 yaş	1
	36 yaş	1
	37 yaş	1
	40 yaş	1
	42 yaş	2
	65 yaş	1
Eğitim Durumu	Lise	3
	Ön Lisans	3
	Lisans	4
	Yüksek Lisans	2

Katılımcıların işletmesine ait özelliklere ilişkin bulgular Tablo 2’de sunulmuştur. İşletmenin faaliyet süresi incelendiğinde ise 5 katılımcının işletmesi 3 yıldır faaliyettedir. 4, 5 ve 6 yıldır faaliyette olan işletmelerin her birinde 2’şer katılımcı yer aldığı, 1 katılımcının işletmesinin ise 7 yıldır faaliyette olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 2.** Katılımcıların İşletmesine Ait Özellikler

		f
İşletmenizin Faaliyet Süresi	3 yıl	5
	4 yıl	2
	5 yıl	2
	6 yıl	2
	7 yıl	1

Dört ana temaya ilişkin bulgular tablolalar aracılığıyla sunulmuştur. “Lavanta üretimi” ana temasına ilişkin bulguların sunulduğu Tablo 3 incelendiğinde, “lavanta üretimi yapma durumu” alt temasına ilişkin işletme sahiplerinin tamamının lavanta yetiştirdikleri ve lavantadan ürettikleri ürünlerinin olduğu görülmektedir. Katılımcıların 6’sının satmak üzere dışarıdan da ürün aldıkları

belirlenmiştir. “Üretilen lavanta ürünleri” alt temasına ilişkin kodlar incelendiğinde ise işletme sahiplerinin tamamının lavanta demeti, fidesi, yağı, suyu ve tacının üretimini yaptıkları görülmektedir. Bununla birlikte kozmetik ürünlere ilişkin dışarıdan alım gerçekleştirerek bu ürünleri de satan 10 katılımcı olduğu belirlenmiştir. İşletme sahiplerinin satışını yaptıkları diğer ürünler arasında lavanta sabunu, kolonyası, dondurması, sepeti, losyonu, balı, kremi ve gazozu yer almaktadır.

**Tablo 3.** “Lavanta Üretimi” Ana Temasına İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Kodlar	f
Lavanta Üretimi Yapma Durumu	Evet	12
	Kendi Üretimimiz Ürünler Var	12
	Dışarıdan Tedarik Ettiğimiz Ürünler de Var	6
Üretilen Lavanta Ürünleri	Lavanta Kuru (Demeti)	12
	Lavanta Fidesi	12
	Lavanta Yağı	12
	Lavanta Suyu	12
	Lavanta Tacı	12
	Lavanta Kuru, Fidesi, Yağı Üretiyoruz.	12
	Kozmetik Ürünlerin Alımı Dışarıdan	10
	Saf Lavanta Yağı	8
	Katkısız Lavanta Yağı	8
	Lavanta Sabunu	5
	Lavanta Kolonyası	5
	Lavanta Dondurması	5
	Lavanta Sepeti	5
	Lavanta Losyonu	4
	Lavanta Balı	4
Lavanta Kremi	4	
Lavanta Gazozu	4	

Lavanta üretimine ilişkin katılımcıların ifadeleri aşağıda sunulmuştur.

K1: “Lavanta üretimi tabi yapıyoruz. Yağını, suyunu çıkarıyoruz. Kozmetik ürünlerini dışarıdan alıyorum, onları da burada satıyorum.”

K3: “En çok lavantanın kuruğunu alıyorlar, tacını alıyorlar ama neredeyse her ürünü satıyoruz.”

“Turist profili” ana temasına ilişkin bulgular Tablo 4’te sunulmuştur.

**Tablo 4.** “Turist Profili” Ana Temasına İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Kodlar	f
Turistlerin Geldikleri Ay	Temmuz	12
	En Yoğun Zaman Temmuz	12
	Ağustos	10
Turistlerin Geldikleri Şehirler	İstanbul	12
	İzmir	12
	Ankara	12
	Antalya	12
	Muğla	10
	Isparta	6
	Antalya’ dan Yerleşik Ruslar	6
Yabancı Turistlerin Geldikleri Ülkeler	Almanya	10
	Hollanda	9
	Rusya	8
	%60-%70 Türk	8
	Asya Ülkeleri (Pandemi Öncesi)	8
	Dünyanın Heryerinden Geliyorlar	6
	%80 Türk	4
	Arabistan	3
	Cezayir, Katar, Suudi Arabistan	2

<b>Yabancı Turistlerin Geldikleri Ülkeler (Devamı)</b>	Çin	1
	Hong Kong	1
<b>Turistlerin Yalnız, Çift ve Çocuklu Olma Durumu</b>	Turlarla Gelen Kadınlar ve Kadın Arkadaş Grupları	12
	Özel Araçlarla Gelen Aileler	12
	Balayı Çiftleri	7

Tablo 4 incelendiğinde, “turistlerin geldikleri ay” alt temasına ilişkin lavanta sezonunun en yoğun olduğu ay Temmuz olarak belirtilmiş olup turistlerin geldikleri ay sırasıyla Temmuz ve Ağustos ayı olarak sıralanmaktadır. Katılımcılar, turistlerin geldiği şehirleri İstanbul, İzmir, Ankara ve Antalya olarak belirtmişlerdir. “Yabancı turistlerin geldikleri ülkeler” alt temasına ilişkin turistlerin ağırlıklı olarak Almanya, Hollanda ve Rusya ülkelerinden geldiği, gelen yabancı turistlerin toplam ziyaretçi içindeki oranı ise %30 ile %40 arasında olduğu görülmektedir. “Turistlerin yalnız, çift ve çocuklu olma durumu” alt temasına ilişkin ise, turlarla kadınların daha çok geldiği ve kadınların daha ilgili olduğu aynı zamanda ailelerin özel araçları ile geldikleri katılımcıların hem fikir olduğu kodlar olarak yer almaktadır. Turist profili ana temasına ilişkin katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

K8: “Lavantanın sezonu Temmuz ayıdır. En yoğun olduğu dönem Temmuz ayıdır. Temmuz ayında gelen çok olur. Ağustos ayında da devam ediyor.”

K6: “İstanbul, İzmir, Ankara’dan gelen turlar var. Çevre illerden daha çok özel araçlarla geliyorlar.”

K12: “Eskiden burada Japonlar çok olurdu. Pandemi öncesi Asya ülkelerinden turistleri çok görürdük. Pandemi döneminde yasaklar gelince yabancı çok gelmedi, yerli turist sayısı arttı. Buraya her ülkeden turist geliyor. En çok Alman, Hollandalı, Ruslar geliyor, Antalya’da yaşayan yerleşik Ruslar da geliyor.”

K5: “Turlarla gelenler daha çok kadınlar oluyor. Kadınlar ilgili. Özel araçlarıyla aileler geliyor. Ailelerde de kadınlar yine ilgili.”

Tablo 5’de “turist davranışları” ana temasına ilişkin bulgular sunulmuştur.

**Tablo 5.** “Turist Davranışları” Ana Temasına İlişkin Bulgular

<b>Alt Temalar</b>	<b>Kodlar</b>	<b>f</b>
<b>Turistlerin Lavanta Üretimine İlişkin İlgileri</b>	Soruyorlar	12
	Fotoğraf Çekilmek Önemli	12
	Lavantanın Yağını Nasıl Çıkartıyorsunuz	10
	Lavanta Ürünlerinin Faydaları Neler	9
	Lavantanın Ekimini Ne Zaman Yapıyorsunuz	9
	Lavanta Fidesini Ne Zaman Ekmeliyim	9
	Lavantadan İyi Kazanıyor musunuz	9
	Lavantanın İşçiliği Kaç TL	9
	Doğal Ürünleri Soruyorlar (Kurusu, Sabunu, Yağı, Tacı)	8
<b>Turistlerin Lavanta Ürünlerini Satın Alma Durumu</b>	Doğal Ürünlere Talep Var, Alıyorlar	12
	Lavanta Yağı	12
	Lavanta Kurusu	12
	Lavanta Tacı	12
	Lavanta Fidesi	12
	Lavanta Sepeti	9
	Lavanta Kolonyası	9
	Lavanta Sabunu	9
	Lavanta Suyu	8
	Lavanta Kremi	7
	Lavanta Dondurması	7
<b>Turistlerin Etik Dışı Davranışları</b>	İstanbul, Ankara ve İzmir’den Gelenler Anlayışlı (Olumlu)	12
	Lavantaları Koparıyorlar (Olumsuz)	12



<b>Turistlerin Etik Dışı Davranışları (Devamı)</b>	Büyükşehirden Gelenler Daha Hevesli, İlgili, Elit (Olumlu)	10
	Antalya'dan, Isparta'dan Gelen Anlayışsız (Olumsuz)	10
	Yabancı Turist İyi (Olumlu)	10
	Çevre İllerden Gelen Sıkıntılı (Olumsuz)	4
	Fiyatlarla ilgili Sorun Oluyor (Olumsuz)	4
	Bizim Vatandaşımız Saygısız (Olumsuz)	4
	Lavanta Öbeğinin İçine Giriyorlar (Olumsuz)	4
	Yabancı Turistleri Alkol ile İlgili Uyarıyoruz (Olumsuz)	3
<b>En İyi Turist Profili</b>	Geneli İyi	12
	Olumlu Geçiyor	10
	İstanbul, İzmir ve Ankara Turları İyi	10
<b>En Kötü Turist Profili</b>	Kaprisli Kadın	9
	Uyarılara Rağmen Lavanta Koparanlar	9
	Bazı Bölgelerin Turlarından Gelenler	2

Tablo 5 incelendiğinde, “turistlerin lavanta üretimine ilişkin ilgileri” alt temasına ilişkin katılımcıların, turistlerin lavantaya ilişkin soru sordukları ve lavanta ile fotoğraf çekinmenin turistler için önemli olduğu kodlarında hem fikir oldukları belirlenmiştir. Turistlerin en çok sorduğu soru ise lavantanın yağının nasıl çıkartıldığı yönünde olduğu görülmektedir. “Turistlerin lavanta ürünlerini satın alma durumu” alt temasına ilişkin katılımcılar turistlerin satın alma gerçekleştirdiklerini, doğal ürünlere talep olduğunu, lavantanın yağının, kurusunun ve tacının satın alındığını belirtmişlerdir. “Turistlerin etik dışı davranışları” alt temasına ilişkin lavantaların koparılması konusunda aynı zamanda İstanbul, Ankara ve İzmir’den gelenlerin anlayışlı olduğu noktasında katılımcıların hem fikir oldukları görülmektedir. “En iyi turist profili” alt temasına ilişkin gelen turistlerin genel olarak iyi izlenim bıraktığı aynı zamanda İstanbul, İzmir ve Ankara turlarından gelenlerin iyi turist profili olarak nitelendirildiği belirlenmiştir. “En kötü turist profili” alt temasına ilişkin kaprisli kadın ve uyarılara rağmen lavanta koparan olarak belirtildiği görülmektedir. Turist davranışları ana temasına ilişkin katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur.

K12: “Tabi soruyorlar, büyükşehirlerden gelenler daha ilgili. Gelen turlara önce info veriyorum. Info verdikten sonra sorular oluyor. Bazen info kısmı sorulardan dolayı 1 saat sürebiliyor. Lavantanın yağını nasıl çıkartıyorsunuz, lavantanın faydaları neler, lavanta fidesini alanlar soruyor ne zaman ekeceğim, nasıl ekeceğim gibi. Hatta lavantanın işçiliği ne kadar, geçiminiz nasıl gibi sorular da geliyor.”

K2: “Doğal ürünlere daha çok talep var. Neredeyse her ürün satın alınıyor. Lavantanın demetini, fidesini, yağını, suyunu, tacını ve sepetini çok satıyoruz.”

K5: “İstanbul, İzmir ve Ankara’dan gelenler çok anlayışlı, eğitilmiş, bilgili insanlar. Buralardan gelen turlar sorunsuz geçiyor. Bizim çevre illerden gelenlerse sıkıntılı. Uyarı levhaları var. Lavantaları koparmayın, lavanta öbeğinin içine girmeyin diye yazdık koyduk. Uymuyorlar.”

K11: “Geneli iyi turların. Büyük sorunlar yaşamıyoruz.”

K9: “Kadınların bazıları kaprisli oluyor. Memnun edemiyorsun. Herşey sorun oluyor. Lavanta koparanlar var.”

Tablo 6’da “işletmenin geleceğine ilişkin düşünceler” ana temasına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

**Tablo 6.** “İşletmenin Geleceğine İlişkin Düşünceler” Ana Temasına İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Kodlar	f
<b>İşletmenizin Pandemiden Etkilenme Durumu</b>	Başta Durgundu	10
	Pandemiden Etkilenmedi	10
	Orman Yangınları Etkiledi	5

İşletmenizin Faaliyete Devam Durumu	Devam Ettireceğim	11
	Satışa Çıkardım, Yoruldum	1
Gelecek Sezona İlişkin Düşünceler	Pandeminin Olumsuz Etkisi Olmaz	12
	Ekonomik Şartlardan Dolayı Olabilir	10
	Herşey İki Katı Oldu	10
	Maliyetler Arttı	10
	Gül Sezonuna Talepten Lavanta Sezonunu Tahmin Ediyoruz	6
	Şimdiden Turlar Telefon Açıp Fiyat Soruyor	4

Tablo 6 incelendiğinde, “işletmenizin pandemiden etkilenme durumu” alt temasına ilişkin katılımcılar, pandeminin ilk ortaya çıktığı zamanı durgun olarak belirtmelerine rağmen sezonun pandemiden etkilenmediği de sık tekrarlanan kodlar arasında yer almaktadır. Diğer yandan lavantaya ilişkin turizm faaliyetlerinin 2021 yılı Temmuz ayında başlayan orman yangınlarından etkilendiği de katılımcılar tarafından belirtilmiştir. “İşletmenizin faaliyete devam durumu” alt temasına ilişkin katılımcıların 11’i faaliyete devam edeceğini belirtirken 1 katılımcının yorulduğu ve işletmesini satışa çıkardığı belirlenmiştir. “Gelecek sezona ilişkin düşünceler” alt temasına ilişkin katılımcıların, pandeminin olumsuz etkisinin olmayacağı konusunda hem fikir oldukları belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların gelecek sezona ilişkin endişelerinin ekonomik koşullar olduğu görülmektedir. İşletmenin geleceğine ilişkin düşünceler ana temasına ilişkin katılımcı ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

K7: “Pandeminin ilk zamanlarında durgundu ama pandemiden çok etkilenmedik. Orman yangınları olmuştu ondan bir etkilendik.”

K2: “Tabi devam ettireceğim.”

K12: “Pandeminin olumsuz etkisi daha olmaz zaten pandemi etkilemedi. Şimdi ekonomik şartlar biraz endişelendiriyor. Maliyetler arttı herşey iki katı oldu. Turlar şimdiden telefon açıyor fiyat soruyorlar. Gül sezonuna bakacağız, gül sezonu iyi geçerse lavanta sezonu da iyi geçer.”

## 6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Kırsal kalkınmanın önemli araçlarından biri olan kırsal turizm, dünyada önemi giderek artan bir turizm türü olarak ön plana çıkmaktadır. Kitle turizmine alternatif arayışları, turistlerin beklenti ve tercihlerindeki değişimler, farklı kültürleri öğrenme ve deneyimleme isteği, kırsalda yaşayan kadınların işgücüne katılımını sağlamak, kırsal kesimde sektörel çeşitlilik yaratarak yerel ekonomide dinamizm yaratmak ve göçü önleyerek kırsal kalkınmaya katkıda bulunmak için kırsal turizm, tarıma dayalı kırsal ekonomide önem kazanmaktadır (Aktürk ve Demir, 2021: 59). Bu kapsamda Kuyucak köyü de sahip olduğu lavanta tarlalarının sunduğu görsellik ile fotoğraf çekinme ve yürüyüş yapma gibi aktivitelerin yapılabildiği bölge, kırsal turizm için önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Bu kapsamda lavanta bahçesi olan işletme sahiplerinin bakış açısıyla turist davranışlarının değerlendirilmesinin amaçlandığı bu çalışmada öncelikle, sadece 1 işletme sahibinin kadın 11 işletme sahibinin ise erkek olduğu görülürken Aylan, Gök ve Şalvarcı (2019)’nın Kuyucak’ta kadın girişimciler üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada ev pansiyonculuğu, yiyecek içecek işletmeleri, yöresel ürün ve hediyelik eşya tezgâhları ve diğer turizm ürünlerinde olmak üzere kadın girişimcilerin yörede birçok alanda istihdam edildikleri belirlenmiştir.

Çalışmanın önemli bulguları incelendiğinde; işletme sahiplerinin tamamının lavanta üretimi yaptıkları, üretilen ürünlerin başında ise lavanta demeti, fidesi, yağı, suyu ve tacının olduğu belirlenmiştir. Turistlerin en çok lavanta sezonunun en yoğun olduğu dönem olan Temmuz ayında geldikleri görülmekte olup geldikleri şehirlerin başında İstanbul, İzmir ve Ankara yer almaktadır. Turistlerin lavantaya ilişkin en çok yönelttikleri soru, lavantanın yağının nasıl çıkartıldığı olurken turistler için lavanta ile fotoğraf çekinmenin önemli olduğu ve bölgeye ağırlıklı olarak kadın ziyaretçilerin geldiği belirlenmiştir. Konuyla ilgili benzer sonuçların elde edildiği Giray ve arkadaşları (2019)’nın Kuyucak köyünü ziyaret edenler ile gerçekleştirdikleri çalışmada, ziyaretçilerin ağırlıklı olarak kadın katılımcılardan (%73) oluştuğu ziyaretçilerin en fazla İstanbul,

Antalya veya Ankara'dan geldiği belirlenmiş olup ziyaretçilerin %46'sının temel motivasyonunun fotoğraf çekmek ve paylaşmak olduğu görülmektedir. Diğer yandan bu çalışmada; turistlerin lavantanın yağını, kurusunu ve tacını satın aldıkları ve doğal ürünlere talep gösterdikleri görülürken Tarhan, Açıksöz ve Çelik (2019)'in Kuyucak köyündeki yerel halk ile gerçekleştirdikleri çalışmada ise, turistlerin en çok lavantalı Türk kahvesi ve lavanta tacını tercih ettikleri saptanmıştır. Lavanta tacı bu çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermiş olmasına rağmen bu çalışmada Türk kahvesi hiçbir katılımcı tarafından belirtilmemiştir. İşletme sahipleri, turistlerin lavantaları koparmasını etik dışı davranış olarak belirtirken İstanbul, Ankara ve İzmir'den gelenlerin anlayışlı olduğu konusunda katılımcıların hem fikir oldukları görülmektedir. Aynı zamanda katılımcıların İstanbul, İzmir ve Ankara turlarından gelenleri iyi turist profili, kaprisli kadın ve uyarılara rağmen lavanta koparanları ise en kötü turist profili olarak nitelendirildiği belirlenmiştir. Katılımcılar, sezonun pandemiden etkilenmediğini ve pandemi döneminde özellikle yerli turistlerin artış gösterdiğini belirtmişlerdir. Aktürk ve Demir (2021)'in Isparta İli Keçiborlu İlçesi Kuyucak Köyü'nde kurulan Kadın Girişimciler Kooperatifi ve yerel halk ile gerçekleştirdikleri çalışmada ise pandemi dönemi boyunca yerli turist sayısında önemli bir artış olduğu katılımcılar tarafından ifade edilmiş olup bu çalışmanın sonuçları ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Son olarak ise katılımcılar, geleceğe ilişkin pandemiden dolayı endişe duymadıklarını ancak ekonomik koşullardan dolayı endişeleri olduğu görülmekte olup işletmelerinin faaliyetine önümüzdeki yıllarda da devam edeceklerini belirtmişlerdir. Çalışmadan elde edilen bulgular neticesinde literatüre ve bölgeye katkı sağlayacağı düşünülen öneriler şu şekildedir:

- Bölgeye pandemiden önce özellikle Asya ülkelerinden olmak üzere daha fazla yabancı turist geldiği belirlenmiştir. Ülkeye döviz girişi açısından önemli görülen yabancı turistlerin bölgeye yeniden çekilmesi için tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Özellikle katılımcıların ekonomik koşullardan dolayı endişe duymaları sebebiyle de yabancı turistlerin bölgeye gelmesi bölgenin kalkınması açısından önemli görülmektedir.
- Turistlerin lavantaları koparmaları, katılımcıların şikâyet ettiği konular arasında olduğundan özellikle bölgeye gelen turlarda rehberlerin turistlere gerekli bilgilendirmeleri yapmaları için yerel yönetimler ile acenta temsilcilerinin ve işletme sahiplerinin bir araya gelmesi ve sorunların ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Bu sorunun devam etmesi halinde her gelen tur aynı güzelliği göremeyecek ve etkinliklerin kalitesinin düşmesine neden olabilecektir. Dolayısıyla bölgenin turist kaybı yaşamaması adına sorunların belirlenerek çözülmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.
- Katılımcılar tarafından sezonun pandemiden etkilenmediğinin belirtilmesinin, merkezi ve yerel yönetimlere izleyecekleri politikalarda önemli bir bilgi sağladığı düşünülmektedir. Kırsal turizm gibi doğada gerçekleştirilen turizm çeşitlerinin desteklenmesi ile bölgelerin pandemi krizlerinden daha az etkilenmesi sağlanabilecek ve bölgelerde turizmin sürdürülebilir şekilde gerçekleştirilmesi mümkün olabilecektir.

Çalışmanın uygulama alanının Isparta ili Keçiborlu ilçesinde bulunan Kuyucak köyündeki lavanta bahçesi işletme sahipleriyle ve sınırlı sayıda katılımcı ile gerçekleştirilmiş olması çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Yapılacak çalışmalarda, farklı bölgelerde lavanta bahçesi olan işletme sahipleri ile görüşmelerin gerçekleştirilmesi, sonuçların karşılaştırılması olarak değerlendirilmesi açısından faydalı olacaktır. Böylece hem literatüre hem de bölgelerin kırsal turizmde daha iyi tanıtılmasına katkı sağlanabilecektir.

## Kaynakça

- Aktürk, O. ve Demir, Ş., Ş. (2021). The Role of Cooperatives in the Development of Rural Tourism: The Example of Kuyucak. *Journal of Tourism Theory and Research*, 7(2), 58-69.
- Arıkan, E., ve Parlakkaya, R. (2020). Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Gelir Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(75), 1255-1274.

- Aylan, F., K., Sarı Gök, H. ve Şalvarcı, S. (2019). Kırsal Yoksulluğun Giderilmesinde Kadın Girişimciliğin Rolü: Lavanta Kokulu Köy Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1271-1289.
- Bozok, D. ve Karaman, R. (2018). Isparta Lavantasının Kırsal Turizm Kapsamında SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Kuyucak Köyü Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8(2), 27-33.
- Giray, F., H., Kadakoğlu, B. Çetin, F. ve Bamoi, A., G., A. (2019). Rural Tourism Marketing: Lavender Tourism in Turkey. *Ciencia Rural, Santa Maria*, 49(2), 1-15.
- Güler, O., Dalgıç, A. ve Kadıoğlu, C., T. (2017). Gayri Ahlaki Müşteri Davranışı ve Başa Çıkma Taktikleri: Restoran ve Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. 1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2017) Bildiriler Kitabı, (Ed: K. Birdir) 28-30 Eylül 2017, Mersin.
- Güler, O., Dalgıç, A. ve Kadıoğlu, C., T. (2017). Gayri Ahlaki Müşteri Davranışı ve Başa Çıkma Taktikleri: Restoran ve Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. 1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2017) Bildiriler Kitabı (Ed., Birdir, K.), 28-30 Eylül 2017, Mersin.
- Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2022a). Isparta. <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-71016/isparta.html>, (Erişim Tarihi 02.05.2022).
- Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2022b). Konaklama İstatistikleri. <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-71441/konaklama-istatistikleri.html>
- Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2022c). Lavanta Kokulu Köy. <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-163065/lavanta-kokulu-koy.html>, (28.04.2022).
- Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2017). Siz Hala Lavanta Kokulu Köyü Görmediniz mi? <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-183615/siz-hala-lavanta-kokulu-koyu-gormediniz-mi.html> (22.05.2022).
- Kılıncı, İ. (2022). Isparta'da Kırsal Turizmin Gelişimi: Kuyucak Köyü Örneği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 261-275.
- Lane, B. (1994). What is Rural Tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2:1-2, 7-21.
- OECD, (1994). Tourism Strategies and Rural Development. General Distribution, OCDE/GD (94) 49, Paris.
- Ongun, U., Gövdere, B. ve Kösekahyaoglu, L. (2018). Kırsal Turizm Kapsamında Yerel Halkın Beklentileri: Isparta Kuyucak Lavanta Vadisi Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 43-58.
- Perales, R., M., Y. (2002). Rural Tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1101-1110.
- Rosalina, P., D., Dupre, K. ve Wang, Y. (2021). Rural Tourism: A Systematic Literature Review on Definitions and Challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 134-149.
- Sharpley, R. (2002). Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus. *Tourism Management*, 23, 233-244.
- Sharpley, R. ve Roberts, L. (2004). Rural Tourism-10 Years on. *International Journal of Tourism Research*, 6, 119-124.
- Su, B. (2011). Rural Tourism in China. *Tourism Management*, 32, 1438-1441.
- T.C. Isparta Valiliği, (2022). Isparta Lavantası. <http://www.isparta.gov.tr/isparta-lavantasi>, (28.04.2022).
- Tarhan, Y., Açıksöz, S. ve Çelik, D. (2019). Lavanta Tarımı ve Sürdürülebilir Kalkınma: Isparta/Keçiborlu-Kuyucak Köyü Örneği. *Bartın University International Journal of Natural and Applied Sciences*, 2(2), 216-227.
- Tarhan, Y., Açıksöz, S. ve Çelik, D. (2019). Lavanta Tarımı ve Sürdürülebilir Kalkınma: Isparta/Keçiborlu-Kuyucak Köyü Örneği. *Bartın University International Journal of Natural and Applied Sciences*, 2(2), 216-227.
- Türkiye Kültür Portalı, (2022a). Isparta, Genel Bilgiler. <https://kulturportali.gov.tr/turkiye/isparta/genelbilgiler>

Türkiye Kültür Portalı, (2022b). Kuyucak Köyü Lavanta Tarlaları, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/isparta/gezilecekyer/kuyucak-koyu-lavanta-tarlalari>, (28.04.2022).

UNWTO, (2022). Rural Tourism. <https://www.unwto.org/rural-tourism>, (29.04.2022).