



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(3): 517-541.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.176](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.176)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası:

<https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### **Turistik Destinasyon Yönetiminde Paydaşlar Arası İlişkiler: Göller Yöresi Örneği<sup>1</sup>**

Dr. Öğr. Gör. Ali İNANIR, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Ağlasun Meslek Yüksekokulu, Burdur, e-posta: [ainanir@mehmetakif.edu.tr](mailto:ainanir@mehmetakif.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8647-3375>

#### **Öz**

Araştırmanın amacı Göller Yöresinin önemli iki ili olan Burdur ve Isparta illerinde turistik destinasyon yönetiminde oldukça fazla önemi olan turizm paydaşlarının birbirleriyle ilişkilerinin boyutunu etkili yönetim bağlamında tespit etmektir. Araştırmanın amacına uygun olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme, katılımcı gözlem ve ilgili yöreye ilişkin yazılı ve görsel dokümanların incelenmesiyle toplanmıştır. Verilerin analizi tümevarımsal içerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları yörenin oldukça fazla turizm avantajı olmasına rağmen, bu avantajdan yeteri kadar faydalanılmadığını ortaya koymuştur. Aynı zamanda yörede turizminin alt ve üst yapısı, tanıtım ve pazarlaması, imajı, yatırım ve projeleri, paydaşların birbirleriyle ilişkileri konularında yetersizliklerin olduğu ve bunun sonucunda etkili destinasyon yönetiminin yörede sağlanmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, yörede etkili destinasyon yönetiminin sağlanması ve yöre turizminin gelişmesi için paydaşlar arası ilişkilerin planlama, liderlik, koordinasyon, iş birliği, iletişim, kararlara katılım, bilgi paylaşımı ve bağlılık konularında artırılması gerekmekte olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yönetişim, Göller Yöresi, Paydaşlar.

**Makale Gönderme Tarihi:** 12.05.2019

**Makale Kabul Tarihi:** 03.07.2019

#### **Önerilen Atıf:**

İnanır, A. (2019). Turistik Destinasyon Yönetiminde Paydaşlar Arası İlişkiler: Göller Yöresi Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 517-541.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

<sup>1</sup>Bu makale Ali İNANIR'ın Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yazmış olduğu "Destinasyon Yönetimi Kapsamında Paydaşlar Arası İlişkiler Üzerine Bir Araştırma: Göller Yöresi Örneği." adlı doktora tezinden üretilmiştir.



## Journal of Turkish Tourism Research

2019, 3(3): 517-541.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.176](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.176)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage:

<https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

#### Stakeholder Relations in Tourist Destination Management: The Case of Lakes Region

Dr. Ali İNANIR, Mehmet Akif Ersoy University, Ağlasun Vocational School, Burdur, e-mail: [ainanir@mehmetakif.edu.tr](mailto:ainanir@mehmetakif.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8647-3375>

#### Abstract

The aim of the study is to determine the size of the relations between the tourism stakeholders of Burdur and Isparta provinces, which are two important cities of the Region of Lakes, in the context of effective governance. Qualitative research method was used for the purpose of the study. Data were collected through semi-structured interview form, participant observation, written and visual documents related to the particular region and analyzed through inductive content analysis. Findings of the study show that though the region has a lot of tourism advantages, these advantages are not utilized adequately. Besides, it is argued that the region is unable to provide effective destination governance due to the deficiencies on the sub and super structure of tourism, promotion and marketing, public opinion, investment and projects, relationship of the stakeholders. Therefore, it has been found that inter-stakeholder relations need to be increased in terms of planning, leadership, coordination, cooperation, communication, participation in decisions, information sharing and commitment to ensure effective destination governance in the region and development of local tourism.

**Keywords:** Governance, Göller Yöresi (Region of Lakes), Stakeholders.

**Received:** 12.05.2019

**Accepted:** 03.07.2019

#### Suggested Citation:

İnanır, A. (2019). Stakeholder Relations in Tourist Destination Management: The Case of Lakes Region, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(3): 517-541.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## GİRİŞ

Teknolojik olanakların artması, gelişen ekonomiler, globalleşme ile birlikte ortaya çıkan sosyal değişimler, uluslararası sınırların ortadan kalkması, insanların daha uzak bölgelere seyahat etmesi gibi nedenler beraberinde bazı problemleri ortaya çıkarmaya başlamıştır (Acar vd., 2017: 295). Turizm sektörü esnek ve kırılabilir yapısından dolayı ortaya çıkan problemlerden diğer sektörlerle göre daha fazla etkilenmektedir (Çakar, 2018:1). Özellikle değişken küresel yapı ile birlikte turizm sektöründe ortaya çıkan sorunlara karşı hazırlıklı olma ve hızlı bir şekilde çözüm ortaya koyabilecek, geleceğe dönük önleyici ve önceden karar alıcı, fırsatları değerlendiren, olumsuzlukları minimuma indiren rekabet üstünlüklerini koruyan, gelecekteki eğilimleri inceleyen stratejik planlamalara dayalı, katılımcı ilişkilerin olduğu sürdürülebilir ve disiplinli politikaların yer aldığı yönetim anlayışına ihtiyaç duyulmaktadır (Göymen, 2000: 1040; Ruhanen vd., 2013: 220).

Devletin rolü kapsamlı, etkin turizm planlaması ve politikası, uzun süreli stratejik yaklaşımların ortaya konulması, sektörel dağılımın üstesinden gelmek ve turistik ürün geliştirmek için önemlidir. Fakat turizmin çok fonksiyonlu yapısı, her destinasyonun farklı turistik özellikler sergilemesi ve farklı turistik ürünlerin ortaya konulmasında farklı paydaşların katkısına ihtiyaç duyulması gibi etmenler sektörde destekleyici devlet yapısının var olduğu kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının paydaşlarının yer aldığı bütünleşik bir destinasyon yönetimi yapısına ihtiyaç duyulmaktadır (Beirman, 2003: 18-19; Yılmaz vd., 2012: 167; Aslan, 2017: 248).

Bu doğrultuda araştırma, iyi bir destinasyon yönetimi sergilemek ve rekabetçi bir pozisyon elde etmek için aralarındaki ilişkilerin oldukça önem arz ettiği paydaşların; koordinasyon, liderlik, planlama, iletişim, iş birliği, kararlara katılım, bilgi paylaşımı, güven, bağlılık, bağımlılık ve çatışma yönetimi konularında var olan ilişkilerinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma, birçok alternatif turizm türlerine sahip olan ve aynı zamanda çok fazla turist talep ettiği Antalya destinasyonuna çok yakın bir mesafede bulunan, 2023 Turizm Stratejilerinde de "Göller Bölgesi Eko-turizm Gelişim Bölgesi" olarak da ifade edilen yörede gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ortaya koymuş olduğu veriler doğrultusunda, Göller Yöresi destinasyonunun, turizminin gelişim süreci ve gelişim aşamalarını ortaya çıkarması ve 2023 Turizm Stratejilerinde önerildiği gibi turizmin kamu, özel sektör ve sivil toplum paydaşlarının birbirleriyle daha etkin bir şekilde ilişki kurarak yönetilebilmesi, yöredeki turizm yönetimi ve diğer konularda sorunların üstesinden gelinebilmesi bu bağlamda yörede etkili yönetimin sağlanabilmesi için yöredeki turizm paydaşlarına yol gösterici bir niteliğe sahip olması bakımından önem arz etmektedir.

## LİTERATÜR TARAMASI

Destinasyon ile ilgili literatür incelendiğinde araştırmacılar tarafından farklı tanımlarının yapıldığı görülmektedir (Yılmaz, 2014: 277). Tinsley ve Lynch (2001: 372), destinasyonu, turist topluluğunun yerel toplumun içinde olduğu coğrafik bir yer olarak ifade etmektedir. Diğer bir tanımda ise destinasyon, amacı seyahat olan bir topluluğun gereksinimlerini karşıladığı farklı doğal çekicilikleri bünyesinde bulunduran coğrafi bir yer olarak tanımlanmaktadır (Gürpeç, 2013: 45; Coltman, 1989). Buhalis (2000: 97) ise, destinasyonları karmaşık turistik bir ürün olarak ele almış ve turistlere bütünleşik bir deneyim sunduğunu ifade etmiştir. Daha kapsamlı olarak destinasyon; turizmin göreceli olarak bir eylem alanı olduğu ve turizmin ekonomik, sosyal ve fiziksel etkilerinin ortaya çıktığı alanlar (Semerciöz vd., 2007: 151), şehirler (özellikle tarihi kültürel, turistik şehirler), köyler ve küçük kasabalar, tatil yerleri, koruma alanları (özellikle doğal çekiciliklerin olduğu kırsal alanlar), yöreler ve ülkeler (ayrıntılı olarak kendiliğinden oluşmayan ülkeler) (Howie, 2004: 78) olarak adlandırılabilir ve en genel tanımıyla, turistik mal ve hizmetlerin ve elde edilen turistik deneyimlerin birleşiminden oluşan çok boyutlu ve algısal bir coğrafi alan olarak ifade edilebilir (Öztürk, 2013: 4).

Destinasyonların yönetilmesinde paydaşlar oldukça etkili olan bir unsurdur. Aynı zamanda paydaşlar, özellikle organizasyonlar ile toplum veya organizasyonlar arasındaki ilişkilerin anlaşılması açısından

temel bir fikir olarak ortaya çıkmaktadır. Kavram olarak paydaş, ilk kez “görev çerçevesi” olarak Dill (1958) tarafından ortaya atılmıştır. Daha sonra paydaş teorisini geliştiren Freeman (1984) bu kavramı, organizasyon faaliyetlerinden yarar sağlayan veya zarar gören; hakları ihlal edilen veya saygı ile karşılanan kişi ya da gruplar olarak ifade edilmektedir (Tak, 2009: 47-48). Diğer bir tanımında ise paydaş, organizasyonun hedeflenen başarı sürecini etkileyen veya etkilenen birey ya da gruplar olarak ele alınmıştır (Freeman, 1984: 25; Scholl, 2001: 737; Dönmez, 2008b: 92; Freeman vd., 2010: 31). Turizmde paydaş kavramı ise, turizmin yapısı gereği sayısı oldukça fazla aktörün katılımını ele aldığı için işletmelerdeki paydaş kavramından farklılık göstermektedir (Çakar, 2018: 2). Bu kavram turizmde ilk defa 1 Ekim 1999 yılında Dünya Turizm Örgütü'nün gerçekleştirdiği “*The Global Ethics For Tourism*” adlı 13. Genel Toplantıda açık bir şekilde kullanılmış, farklı paydaş davranışları için bir çerçeve ortaya konulmuş ve “*Turizm Paydaşları*” genel kavramı bariz bir şekilde kabul edilmiştir (Liu ve Xu, 2010: 1065) ve “destinasyonlarda belirli bir sorun alanı ile ilgilenen bireyler, gruplar veya organizasyonlar” olarak tanımlanmıştır (Cooper vd., 2009: 35).

Destinasyonların etkili ve verimli bir şekilde yönetilmesinde paydaşlar arası ilişkilerin rolü oldukça fazladır. Paydaşların birbirleriyle olan ilişkileri yönetimde yönetim kavramını ortaya çıkarmıştır. Yönetişim, kamu kurumları, özel sektör, sivil toplum ve gönüllü sektör kuruluşlarını içine alan kapsamlı ve karmaşık bir sistemi ve bunların kendi içindeki ilişkiler ağını ve birbirleriyle olan etkileşimini ifade etmek için kullanılan bir kavram olarak ifade edilebilir (Cope vd., 1997: 447; Ökmen vd., 2004: 41-42). Turizmde ise; merkezi olmayan aşağıdan yukarıya doğru gelişip, yerel halka ve işletmelere yönetimde sorumluluklar yükleyen diğer bir ifadeyle turistik destinasyonlarda politika ve strateji geliştirme aşamasında kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplumun birleşimi ve sürdürülebilir turizmde paydaşların sürece katılımının sağlanmasının bir unsuru (Ruhanen, vd., 2010: 5-6; Zhang ve Zhu, 2014: 125; Çakar, 2018: 938) olarak ifade edilmiştir.

Turistik destinasyonlarda ve diğer alanlarda iyi bir yönetişimin sağlanabilmesi için ve aynı zamanda paydaşlar arası ilişkilerde başarıyı etkileyen unsurlar olarak bilinen yönetişim boyutlarıyla ilgili literatürde farklı sınıflandırmaların yapıldığı görülmektedir. Yönetişimin boyutlarıyla ilgili olarak 53 makale üzerinde meta analiz yapan (Ruhanen vd., 2010: 8-9) yönetişimin boyutlarını hesap verebilirlik, şeffaflık, bağlılık, planlama, etkililik, güç, verimlilik, merkeze bağlı kalmama (ademi merkezizetçilik), hissedar hakları, bilgi yönetimi, meşruiyet, liderlik, yetki, iletişim, performans, sorumluluk, hukuki kurallar, güven, dayanışma, eşitlik, aidiyet, yetki, fikir birliği geliştirme, karar alma, stratejik vizyon, denetim, iç barış, bağlılık, uyuma, çatışmaların çözümü, plan yapma, emir, değişim, esneklik, resmi olmayan ilişkiler, yenilik, pazarlama, risk yönetimi ve eğitim olarak ifade etmektedir. Benzer bir çalışmada Graham vd., (2003: 3) uygulamada yönetişimin boyutlarını 10 grupta kategorize etmiştir. Bunlar; kararlara katılım, fikir birliği uyumu, ortak vizyon, paydaşlara cevap verebilirlik, etkinlik, verimlilik, paydaşlara ve topluma karşı hesap verebilirlik, şeffaflık, eşitlik ve yasal yükümlülüktür. Bu araştırmada da tüm bu araştırmalar bağlamında paydaşlar arası ilişkilerde başarıyı etkileyen faktörler olarak yönetişimin boyutları, planlama, koordinasyon, liderlik, iş birliği, iletişim, kararlara katılım, bilgi paylaşımı, güven, bağlılık, bağlılık ve çatışmaların yönetimi boyutlarında incelenmiştir.

## **ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Son yıllarda artan rekabet ortamında ülkeler turizm ile öne çıkabilmek adına var olan kaynakların etkin kullanımı ile yeni turistik ürünler oluşturarak turistlerin farklı istek ihtiyaç ve beklentilerini karşılama yoluna gitmişlerdir. Böylelikle turistler için farkı ürün seçenekleri ortaya çıkmış ve farklı ürünlerin meydana getirilmesiyle alternatif turizm kavramı geliştirilmiştir (Zengin ve Eker, 2014: 3). Bu kavram, yeşil turizm, soft turizm, eko turizm gibi kavramlarla aynı anlamda kullanılsa da (Tekin, 2016: 1095), tüm bu kavramları kapsamaktadır (Albayrak, 2013: 38). Günümüzde küreselleşme, küresel ısınmanın ortaya çıkaracağı olumsuzluklara yönelik beklentiler, teknolojinin gelişmesi, insanların kendi kültürlerinden farklı kültürleri görme isteği, eğitim düzeyinin atması, yaşam kalitesinin artması,

kentleşme ve sanayileşme gibi nedenlere bağlı olarak da bireyler deniz, kum, güneş üçlüsünden ziyade alternatif turizm kaynaklarına yönelmeye başlamıştır (Kahraman ve Türkay, 2014).

Bu doğrultuda araştırma, iyi bir destinasyon yönetişimi sergilemek ve rekabetçi bir pozisyon elde etmek için paydaşların; koordinasyon, liderlik, planlama, iletişim, iş birliği, kararlara katılım, bilgi paylaşımı, güven, bağlılık, bağımlılık ve çatışma yönetimi konularında var olan ilişkinin boyutunu yöre nin destinasyon yönetimi kapsamında paydaşlar arası ilişkilerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırma ortaya koymuş olduğu veriler doğrultusunda, Göller Yöresi destinasyonunun, turizminin gelişim süreci ve gelişim aşamalarını ortaya çıkarması ve 2023 Turizm Stratejilerinde önerildiği gibi turizmin kamu, özel sektör ve sivil toplum paydaşlarının birbirleriyle daha etkin bir şekilde ilişki kurarak yönetilebilmesi için önemlidir. Aynı zamanda yöredeki turizm yönetimi ve diğer konularda sorunların üstesinden gelinebilmesi, yöre turizmi ile ilgili proaktif tedbirlerin alınabilmesi ve bu bağlamda yörede etkili yönetişimin sağlanabilmesi ve yöredeki turizm paydaşlarına yol gösterici bir niteliğe sahip olması bakımından önem arz etmektedir.

## ARAŞTIRMANIN ALANI

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından, “Türkiye Turizm Stratejisi (2023)” raporuna göre, Türkiye’de strateji kapsamında 9 adet tematik bölge önerilmektedir. Bu tematik bölgelerden biri de “GÖLLER BÖLGESİ Eko-turizm Gelişim Bölgesi” olarak ortaya konulmuştur. 2023 Türkiye Turizm stratejileri kapsamında “Göller Bölgesi”, “Ege, Akdeniz ve İç Anadolu’nun tam ortasında olup Konya, Isparta, Afyon ve Burdur İllerini kapsamaktadır” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 44-47). Bilgin (2002: 317-318)’e göre ise Göller Bölgesi, Akdeniz Bölgesi içerisinde, Antalya bölümünün iç kısmında, Batı Toros Dağları’nın birbirine yaklaşan değişik doğrultudaki sınırlarının bulunduğu yerde tektonik çukurlar içerisinde yerleşmiş olan birçok gölün bulunduğu yer olarak ifade edilmektedir. Göller Bölgesi sınırları içerisinde Burdur ili ile Isparta ili topraklarının tamamı yer alırken, Afyon, Konya, Denizli ve Antalya illerinin çok küçük bölümleri yöre içerisinde yer almaktadır. Yöre nüfusunun büyük bir miktarı (% 95’lik kısmı), Burdur ve Isparta illerinde yaşamaktadır (Göller Bölgesi olarak ifade edilen yer bu çalışmada bilimsel olarak doğruluğu araştırılarak Göller Yöresi olarak ele alınmıştır). Bu nedenle bu çalışmada yöre de önemli bir coğrafi alana sahip olan ve aynı zamanda benzer kültürü ve turistik kaynakları bünyesinde bulunduran Burdur İli ve Isparta İli uygulama alanı olarak belirlenmiştir. Buna ek olarak araştırmanın sürekliliğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından araştırmacının Göller Yöresi’nde yer alan Burdur ilinde ikamet etmesi ve yöre hakkında bilgi sahibi olması da araştırma alanının Göller Yöresi olarak planlanmasında önemli bir etken olmuştur.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Destinasyon yönetimi kapsamında Göller Yöresinde yer alan paydaşlar arası ilişkileri incelemek amacı ile gerçekleştirilen araştırmada öncelikle ilgili literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması sonucunda destinasyon yönetimi kapsamında paydaşlar arası ilişkilerin ortaya konulabilmesi için bu araştırmada altı farklı araştırma sorusu belirlenmiştir. Bu sorular;

- Göller Yöresi’nin turizm potansiyeli nedir?
- Göller Yöresi’nde turizm gelişim süreçleri ve gelişim aşamaları nelerdir?
- Göller Yöresi’ndeki turizm destinasyonu olarak paydaşları kimlerdir?
- Göller Yöresi’nde turizm destinasyonu olarak paydaşlar arası ilişkiler ve paydaşların rolleri nelerdir?

• Göller Yöresi’nde turizm destinasyonu olarak paydaşların turizm ile ilgili kararlara katılımı söz konusu mudur?

- Göller Yöresi’nde paydaşlar arası ilişkilerde başarıyı etkileyen faktörler nelerdir?

Şeklinde oluşturulmuştur.

Araştırma sorularına derinlemesine cevap bulabilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Örneklem yöntemi olarak da nitel araştırmaların yapısına uygun olarak örneklem sayısının da kısıtlı olmasından dolayı amaçlı örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda verilerin toplanması süreci doküman incelemesi, odak grup görüşmesi, gözlem ve görüşme aracılığı ile gerçekleştirilebilir (Merriam, 2013). Bu araştırmada da doküman incelemesi, gözlem ve görüşme veri toplama araçları kullanılmıştır. Verilerin analizinde de içerik analizi yapılmıştır. Bu bağlamda ilk olarak “Göller Yöresi’nin turizm potansiyeli nedir?” ve “Göller Yöresi’nin turizm gelişim süreçleri ve gelişim aşamaları nelerdir?” sorularına cevaplayabilmek amacı ile doküman incelemeleri gerçekleştirilmiştir. Doküman incelemelerinden elde edilen verilerin analizi ile ulaşılan bulgular görüşme aşamasında kullanılacak soruların belirlenmesi ve yarı yapılandırılmış soru formunun hazırlanması için yol gösterici olmuştur. Araştırmada daha sonra geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu ile Göller Yöresi’nde turizm destinasyon paydaşlarından oluşan bir örneklem kapsamında görüşmeler yapılmış ve görüşmeler esnasında gözlem gerçekleştirilmiştir. Buna ek olarak araştırmanın sürecini takip etmek için bir araştırma günlüğü tutulmuştur. Araştırma doğrultusunda ilgili literatürde de yer aldığı gibi turizm paydaşları olarak il kültür turizm müdürlüğü, belediye, üniversite, müze, kalkınma ajansı, otel, acente, restoran, doğa koruma ve rehabilitasyon merkezi (kırsal turizm), medya, pansiyon, ev pansiyonu, turizm derneği, ticaret ve sanayi odası gibi kamu-özel sektör ve sivil toplum kuruluşları paydaşlarıyla birlikte yerel halk paydaş olarak belirlenmiş ve 30 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın 30 kişiyle sınırlandırılmasının sebebi araştırma sürecinde elde edilen kavram ve süreçlerin bir noktadan sonra kendini tekrar etmesi ve alanda bu konuda uzman tüm kişilerle görüşüldüğü kanısına varılarak doyuma ulaşılmıştır. Bu kapsamda araştırmada örneklem sayısının yeterli olduğu sonucuna varılabilir.

## **VERİLERİN ANALİZİ**

Nitel araştırma yönteminin tercih edildiği bu araştırmada, elde edilen veriler tümevarımsal içerik analizinden yararlanılarak çözümlenmiştir. İçerik analizi analiz ünitesinin tanımlanması, kategorilerin seçilmesi, materyallerin kodlanması, materyallerin tablolaştırılması ve materyallerin sunulması aşamalarından oluşmaktadır (Coşkun vd., 2015: 326). Bu bağlamda, araştırmada katılımcılar K1 den K30’a kadar kodlanmış ve katılımcılarla ortalama 40,541 dakika görüşülmüş ve katılımcılardan ortalama 11,53 sayfa ve 4056 sözcük transkript elde edilmiştir. Daha sonra elde edilen kavramlar içerik analizi yöntemiyle kategorilere ve alt kategorilere ayrılarak rapor haline getirilmiştir. Aynı zamanda verilerin daha sağlıklı bir şekilde anlaşılıp yorumlanması için doğrudan alıntılarla veriler desteklenmiştir.

Araştırmanın diğer bir boyutunu oluşturan sonuçların inandırıcılığı, bilimsel araştırmaların en önemli ölçütlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Geçerlilik ve güvenilirlik bu açıdan bilimsel araştırmalarda kullanılan en önemli ölçüttür. Nicel araştırmalarda olduğu gibi nitel araştırmalarda da geçerlilik ve güvenilirlik oldukça önem arz eden bir konudur. Geçerlilik, araştırma sonuçlarının doğruluğunu konu edinen bir ölçüt olarak ifade edilirken, güvenilirlik, ise kısaca araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliğini ifade eden bir ölçüt olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 289).

Bu araştırmanın iç geçerliliğini sağlama adına yüz yüze görüşme, doküman analizi ve katılımcı gözlem gibi çeşitli veri toplama tekniklerinden yararlanılmıştır. Dış geçerliliği sağlama adına ise veri toplama araçları, veri toplama süreci, verilerin çözümlenme süreci detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Araştırmanın iç güvenilirliğini sağlama adına verilerin kodlama süreci iki araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Kodlama sürecinin sonunda da Kappa analiziyle tutarlılık oranı hesaplanmış ve değer 0,84 olarak elde edilmiştir ve bu durum kodlamacılar arasında çok iyi düzeyde bir uyumun olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmanın dış güvenilirliğini sağlamak adına da tüm veri toplama araçları, ham veriler, kodlamalar, görüşme ve gözlem notları dışarıdan bağımsız bir uzman kişinin incelemesine sunulmuş ve teyit edilmesi sağlanmıştır. Bu bağlamda bu araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik ölçütlerini sağladığı ifade edilebilir.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma bulguları kendi içerisinde, doküman analizi bulguları, katılımcı gözlem bulguları ve görüşme bulguları olarak üç bölüme ayrılmıştır.

### Doküman Analizi Bulguları

Araştırmanın doküman analizi bulguları doğrultusunda bu yöreyle ilgili olarak oldukça fazla turizm çekiciliğinin olduğu tespit edilmiştir. İlgili web sayfaları incelendiğinde, yöre ile ilgili tarihi ve turistik yerler hakkında bilgi verildiği görülmektedir. Yörenin turistik tanıtımı için web sayfası, kitap, dergi, broşür gibi basılı görsel ve basılı kaynakların kullanıldığı tespit edilmiştir. Özellikle, Burdur Yöresinde yer alan İl Kültür Turizm Müdürlüğü ve Burdur Müzesi'nin web sayfasının güncel olmadığı ve tanıtım açısından oldukça yetersiz olduğu söylenebilir. Yörede öne çıkan Sagalassos Antik Kenti, Salda Gölü ve Kayak Merkezi gibi alanlarla ilgili tanıtım faaliyetlerinin oldukça yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık yörede gerçekleştirilen "Lisinia Doğa Koruma ve Rehabilitasyon Merkezi Projesi" yörenin turizm amaçlı gelişmesi açısından oldukça önem arz ettiği görülmektedir. Isparta İli ile ilgili dokümanların yeterli olmamakla birlikte reklam ve tanıtım açısından daha iyi olduğu tespit edilmiştir. Bu bilgilere özellikle Göller Yöresi'ni turistik amaçlı ziyaret eden turistlere enformasyon sağlamak amacıyla yer verildiği anlaşılmaktadır. Genel açıdan bakıldığında ise, bulguların yöre turizmiyle ilgili öneri, bilgi verme, tanıtım, eğitim ve koruma amaçlı bilgiler sunduğu tespit edilmiştir.

### Katılımcı Gözlem Bulguları

Araştırmada, yörenin turizminin genel durumu açısından oldukça fazla önemi olan Ağlasun, Yeşilova, Eğirdir, Güneykent, Burdur Müzesi, Lisinia Doğa Koruma ve Rehabilitasyon Merkezi Projesi (kırsal turizm) destinasyonlarında gözlem formuyla yapılan katılımcı gözlem bulgularına göre genel olarak yörenin sahip olduğu turistik değerlerin kullanılmadığı, alt ve üst yapının yetersiz olduğu, coğrafi konum avantajından yararlanılmadığı, yöreyi yeteri kadar yerli ve yabancı ziyaretçinin ziyaret etmediği, yerel halkın turistleri sıcak karşıladığı ve katılımcıların genel olarak araştırmacıya sıcakkanlı ve samimi davrandığı yörede gözlemlenmiştir.

### Görüşmelere Ait Bulgular

Katılımcılara ait demografik bulgular incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaşları 20 ile 64 yaş arasında değiştiği görülmektedir. Eğitim durumlarına bakıldığında büyük çoğunluğunun lisans mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların profesör, yüksekokul müdürü, otel genel müdürü, ev pansiyonu sahibi, belediye başkanı, enformasyon memuru, dernek başkanı, seyahat acentesi müdürü, müze müdürü gibi çeşitli görevlerde buldukları görülmektedir. Çalışanların ortalama iş deneyimleri 1 ile 43 yıl arasında; Göller Yöresindeki iş deneyimi ise 1 ile 33 yıl arasında olduğu tespit edilmiştir. Ortalama gelirleri ise 500 TL ile 10.000 TL arasında değişmektedir.

Araştırma katılımcıları ile yapılan görüşmeler doğrultusunda elde edilen verilerin içerik analizi ile analiz edilmesinden sonucu ulaşılan kategori ve alt kategori bulguları Tablo 1'de sunulmuştur.

Elde edilen bulgular doğrultusunda 3 adet kategori ve bu kategorilerin altında 20 adet alt kategori ortaya çıkmıştır. İlk kategori yöredeki turizmin genel durumunu ortaya koymaktadır. Bu kategori altında yörede turizm gelişim süreci, yörenin turizm çekicilikleri, turizmin alt ve üst yapısı, turizmin tanıtımı ve pazarlanması, turizmin imajı ve turizm yatırım ve projeleri isimli alt kategoriler yer almaktadır. Destinasyon düzeyinde paydaşlar arası ilişkiler kategorisi altında planlama, yörenin turizm paydaşları, koordinasyon, liderlik, iş birliği, iletişim, paydaşların kararlara katılımı, paydaşlar arası bilgi paylaşımı, paydaşlar arası güven, paydaşlar arası bağlılık, paydaşlar arası bağımlılık ve paydaşlar

arası çatışma yönetimi alt kategorileri yer almaktadır. Yerel halk kategorisi altında da turizme bakış açısı ve turizme etkisi/katkısı alt kategorileri ortaya çıkmıştır.

**Tablo 1:** Kategori ve Alt Kategoriler

Kategori	Alt Kategori
Yöre turizminin genel durumu	Turizm gelişim süreci
	Turizm çekicilikleri
	Turizm alt ve üst yapısı
	Turizmin tanıtımı ve pazarlanması
	Turizm imajı
	Turizm yatırım ve projeleri
Destinasyon düzeyinde paydaşlar arası ilişkiler	Planlama
	Yörenin turizm paydaşları
	Koordinasyon
	Liderlik
	İşbirliği
	İletişim
	Paydaşların kararlara katılımı
	Paydaşlar arası bilgi paylaşımı
	Paydaşlar arası güven
	Paydaşlar arası bağlılık
	Paydaşlar arası bağımlılık
Paydaşlar arası çatışma yönetimi	
Yerel halk	Turizme bakış açısı
	Turizme etkisi/katkısı

**Kaynak:** Yazar tarafından elde edilen bulgular çerçevesinde oluşturulmuştur.

### Yöre Turizminin Genel Durumu

Bir turistik destinasyonun turizminin genel durumunu ortaya koyan unsurlar yörede yer alan turizm kaynaklarıdır. Bu kaynaklar çekicilik, ulaşılabilirlik, etkinlik, imaj, konaklama işletmeleri, alt yapı, insan kaynakları, kişilik, fiyat, mevcut paketler, aktiviteler ve destek hizmetlerdir (Buhalis, 2000:98; World Tourism Organization, 2007: 1-2; Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012; 67; Albayrak, 2013: 14-18; Yüksek, 2014: 16; Kozak vd., 2014: 4). Bu kaynakların bir turistik destinasyonda var olması o yörenin turistler tarafından etkin bir şekilde ziyaret edilmesinde etkili olmaktadır. Bu nedenle bir turistik destinasyonun turizminin genel durumunu ortaya koyabilmek için ifade edilen bu kaynakların destinasyondaki durumunu ele almak gerekir. Bununla birlikte yörede etkili paydaşlar arası ilişkilerin ve yönetişimin oluşabilmesi için kaynakların etkili oluşumunun da sağlanması gerekmektedir. Bu kaynakların



özellikle yapay olanlarının oluşumunda özel sektör sahip olduğu yerel kültürden dolayı kendini işin yapıcısı olarak görmediğinden, kamunun daha fazla etkisinin olduğu görülmektedir (Göymen, 2000: 1035). Bu bağlamda, araştırmada yöre turizminin genel durumu kategorisi altında turizm gelişim süreci, turizm çekicilikleri, turizm alt ve üst yapısı, turizmin tanıtım ve pazarlaması, turizm imajı, turizm yatırım ve projeleri alt kategorileri oluşmuştur.

Yörede turizmin gelişim süreci ile ilgili olarak yöredeki iki ilin tarihinin ve buna bağlı olarak gelişen turizmin çok köklü bir geçmişe dayandığı bulgusu elde edilmiştir.

*“Lidya Yolu’nun varlığı çok önemli, Antik alanlardan Antiokya’dan, Isparta’dan başlarsak Burdur’da Sagalassos, Kremna’ya kadar uzanan Helenistik ve Roma dönemlerinin önemli bulguları ve daha da eskisinden belki Hacılardan başlayan Erken Tunç hatta Neolitik Dönemin, Kalkolitik Dönemin bulguları aslında doğayla, arkeolojiyle, tarihle, kültürle doğanın ne kadar güzel oluştuğunun göstergesi” (K9).*

Çekicilikler turistlerin bir destinasyonu ziyaret etmelerinde oldukça önemli bir etmendir ve bu çekicilikler kültürel, sportif ve eğlence çekicilikleri olarak ifade edilebilir (Howie, 2004: 82). Yöre turizmi ile ilgili elde edilen bulgular doğrultusunda yörenin köklü tarihine bağlı olarak yörede en önemli turizm çekiciliğinin kültür ve kültürel mirasa bağlı turizm çekiciliği olduğu katılımcıların çoğu tarafından ifade edilmiştir.

*“Burdur tabii turizm potansiyeli açısından aslında Antalya gibi bir dev ile komşu olması itibariyle çok küçük bir potansiyele sahip gibi görünmekle birlikte aslında alternatif turizm açısından oldukça zenginlikler barındıran bir ilimiz malumunuz birçok antik kentimiz var” (K2).*

Yöre turizminin alt ve üst yapı olanakları yörede turizmin gelişimi açısından oldukça önem arz eden bir konudur. Ulaşım, liman, kanalizasyon, zararlılarla mücadele, geri dönüşüm, çöp toplama, havaalanı, elektrik, telekomünikasyon yörenin turizmde alt yapı unsurlarıyken; konaklama, yeme içme, eğlence ve hediyelik eşya işletmeleri ise yörenin turistik üst yapı olanaklarını ortaya koymaktadır (Prideaux, 2000: 56; Göymen, 2000: 1037-1038; Bahar ve Kozak, 2005: 78; Kuşat, 2011: 125; Usta, 2014: 100-101; Gümüş, 2014: 11). Bir turistik yörede turizm yönetişimin ana hedefleri arasında yörenin alt ve üst yapısının geliştirilmesi yer almaktadır (Presenza vd., 2013: 22). Bu gelişimin sağlanması için alanında uzman, liyakatli ve yönetim boşluğunu doldurabilecek paydaşlarla yapılan kamu ve özel sektör iş birliği gerekmektedir (Göymen, 2000: 1036). Böylelikle iş birliği çerçevesinde kamunun, alt yapının ve üst yapının gelişmesi konusunda özel sektöre teşvikler vermesi sorunun çözümünü kolaylaştıracaktır. Yörenin turistik alt ve üst yapısı ile ilgili olarak katılımcıların yarısından çoğu yörede turizmle ilgili alt yapı ve üst yapı olanaklarının yetersiz olduğu konusunda hemfikir olmuşlardır. Bununla birlikte alt yapı ile ilgili katılımcılardan elde edilen bulgular incelendiğinde; ana arterlerin dışında turistik mekânlara ulaşım alt yapısının ve insanların temel ihtiyaçlarını karşılayabileceği olanakların yetersiz olması sorunlarının olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sorunların ortaya çıkmasında bütçe yetersizliği ve çevresel sorunların artmasının etkili olduğu katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Üst yapı olarak da, yörede konaklama, yeme içme, seyahat, eğlence merkezi gibi tesislerin turistlerin ihtiyacını karşılayacak miktarda ve nitelikte olmaması bulgusu elde edilmiştir. Bununla birlikte alt yapı ile sürdürülebilirlik, reklam ve tanıtım, müşteri memnuniyeti arasında önemli bir ilişki tespit edilmiştir.

*“Ulaşım problem, kalacak yer problem, kalacak yerde yeme içme yerleri problem” (K1).*

Yöredeki turizm kaynaklarının potansiyelini gerektiği gibi değerlendirebilmek oldukça önem arz eden bir konudur. Bunun gerçekleştirilebilmesi içinde reklam ve tanıtım faaliyetlerine gereken özenin gösterilebilmesi de önemli bir unsurdur (Çetinel, 2001: 151). Göller Yöresinde bu konu ile ilgili görüş bildiren katılımcıların yarısından fazlası reklam ve tanıtım çalışmalarının yeterli olmadığını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılardan elde edilen bulgular doğrultusunda reklam ve tanıtım unsuru ile ilgili özellikle yörede turistik yerlerin, yöresel ürünlerin tanıtılmaması ve Antalya’nın gölgesinde kalma, yerel acentelerin sayısının az olması ve olanlarında tanıtım yapmaması gibi problemler olduğu bulgusu tespit edilmiştir. Aynı zamanda alt yapı ile tanıtım arasında önemli bir ilişki tespit edilmiş olup bu bağlamda, alt yapının yetersiz olması, alt yapı olmadan reklam ve tanıtım

yapılmasının yörede problemler ortaya çıkarmaya başladığı ve özellikle alt yapı olmadan yörede gerçekleştirilen reklam ve tanıtım faaliyetlerinin bir noktadan sonra aşırı kalabalığa neden olmasıyla birlikte turistlerde ve yerel halkta memnuniyetsizlik durumunu ortaya çıkardığı bulgusu elde edilmiştir.

*“Yani Efesi geçecek bir yatırım burada Sagalassos var dünya hazinesi Türkiye ve dünya genelinde yeteri kadar tanıtılmadığı görüşümdedir” (K11).*

Bir bölgeye yönelik olarak izlenim, inanış, fikir, beklenti ve hissiyatların toplamı olan destinasyon imajı (Kim ve Richardson, 2003: 218) özellikle turistlerin karar verme sürecinde oldukça etkili olan (Yılmaz vd., 2009: 462; Atar ve Konaklıoğlu, 2017: 227) ve yöre turizminin genel durumunu ortaya koyan önemli bir unsurdur. Göller Yöresi'nin turizm imajıyla ilgili fikir beyan eden katılımcılardan çoğunluğu turizm imajının yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda Göller Yöresinde gerçekleştirilmeye çalışılan turizm imajının gerçeği yansıtmadığı, benzetme yoluyla oluşturulmaya çalışıldığı bulgusu elde edilmiştir.

*“Isparta ve Burdur denilince akla Burdur Gölü geliyor insanların aklına Burdur deyince çünkü başka bir şey bilmiyorlar. Isparta'da Isparta'nın gül ve halısı denir başka bir şey gelmiyor insanların aklına yani açıkçası turizm anlamında çok bir imajımız yok” (30).*

Yöre turizmi açısından önem arz eden bir diğer unsur yörede gerçekleştirilen turizm yatırım ve projelerdir. Turizm alanında gerçekleştirilen yatırım ve projelerin bölge halkına, hem de yöreye gelen turistlere katkısı söz konusudur. Bu nedenle özellikle yerel halkın turizme karşı algı ve tutumu projeleri gerçekleştirenler tarafından ölçülerek, katkıları sağlanmalıdır (Presenza vd., 2013: 22). Turizmle ilgili gerçekleştirilen özellikle büyük bütçeli projeler alanında uzman, liyakat sahibi ve aynı zamanda yönetim açığını doldurabilecek kişiler tarafından gerçekleştirilmelidir ve bu projelerin başarıya ulaşması için kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları paydaşları arasında iş birliği oluşturulmalıdır (Göymen, 2000: 1037-1038). Göller Yöresinde gerçekleştirilen turizm yatırım ve projeleri ile ilgili olarak araştırmaya katılan katılımcıların yarısından çoğu yörede yapılan turizm yatırımlarını ve projelerini yetersiz, yanlış ve önünde ciddi engelleri olan bir olay olarak ifade etmişlerdir. Bununla birlikte Yörede turizm sezonunun kısa süreli olmasından dolayı yatırımların kar getirmeyeceği düşüncesi, yatırımcıların önündeki bürokratik engeller, yatırım için uygun alanların yetersizliği, bütçe, yatırımların merkezde yoğunlaşması, stratejik planlara dayanan turizm projelerinin gerçekleştirilememesi, yöre vatandaşlarında girişimcilik ruhunun olmaması ve buna rağmen dışardan gelecek girişimci yatırımcılara karşı oluşturulmuş ön yargılar yörede gerçekleşen veya gerçekleşecek olan yatırım ve projeleri yetersiz kılmaktadır. Bu bağlamda özellikle konaklama, yeme içme, otopark ve yöresel rehberlere yönelik yatırımlar katılımcılar tarafından yetersiz görülmektedir.

*“Olmayan yatırımlardan bahsediyorsun. Hiç yok, 30 yıldır hiç yok, benim gözümde hiç yok, değeri olmaya ufak tefek var ama hiç yok” (K25).*

## **Destinasyon Düzeyinde Paydaşlar Arası İlişkiler**

Hedeflenen başarı sürecini etkileyen veya bu süreçten etkilenen (Freeman,1984: 25; Scholl, 2001: 737; Dönmez, 2008b: 92; Freeman vd., 2010: 31) paydaşların, birbirleriyle olan ilişkileri, turizm destinasyonlarında etkili yönetişimin ortaya çıkmasında oldukça önemli bir unsurdur. Destinasyonlarda paydaşlar arası ilişkilerde başarıyı etkileyen ve buna bağlı olarak destinasyonlarda etkili destinasyon yönetişimini sağlayan unsurlar ilgili literatürde; eşitlik, merkeze bağlı kalmama, fikir birliği, esneklik, koordinasyon, iş birliği, iletişim, bilgi paylaşımı, kararlara katılım, bağlılık, bağımlılık, güven, çatışma yönetimi, liderlik, şeffaflık, ortak vizyon ve planlama (Mohr ve Spekman, 1994: 137; Bertucci, 2002: 3-4; Öztürk, 2002: 28; Graham vd., 2003: 3; Çamlıdereli, 2004: 18; Good Governance Advisory Group, 2004; Çıracı vd., 2008: 92; Beaumont ve Dredge, 2010: 10; Ruhanen vd., 2010: 8-9; Çizel vd., 2016: 3; Çakar, 2018: 8) olarak ele alınmıştır. Bu araştırmada ilgili literatürü destekler nitelikte elde edilen bulgular doğrultusunda destinasyon düzeyinde paydaşlar arası ilişkiler kategorisi altında;

planlama, yörenin turizm paydaşları, koordinasyon, liderlik, iş birliği, iletişim, kararlara katılım, bilgi paylaşımı, güven, bağlılık, bağımlılık ve çatışma yönetimi alt kategorileri meydana gelmiştir.

Destinasyonların planlanması sürecinde paydaşlar birbirleriyle iş birliği yaptığında planların uygulama sürecinde etkisi artacaktır. Özellikle planların sürdürülebilirliğinin sağlanması, uzun dönemli maliyetlerin azalması ve arzu edilebilir politikaların oluşturulabilmesi için yerel yönetim, devlet kurumları, yerel halk ve işletme paydaşları arası iş birliği, bilgi paylaşımı, iletişim ve güvenin sağlandığı bir yönetim yapısı oldukça önemlidir (Murphy, 1985; Healey, 1998; Yüksel vd., 1999: 359; Vernon vd., 2005: 325-326; Beritelli, 2011: 607; Presenza vd., 2013: 22; Yeşiltaş, 2013: 30). Yöredeki turizm planlamaları ile ilgili katılımcıların yarısından çoğu yapılan planların yetersiz veya etkisiz olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte yörede kısa, orta ve uzun vadeli sürdürülebilir turizm planlarının olmadığı, planlama sürecinde paydaşlar arası iş birliğinin ve bilgi paylaşımının olmadığı ve aynı zamanda yapılanlarında etkin olmayan/işlevsellikten yoksun planlar olduğu bulgusu elde edilmiştir.

*“Uzun zamandır bununla ilgili çalışmalarım içinde bulundum. 1990’lı yıllardan günümüze kadar birçok proje geliştirmeye çalıştık. Daha doğrusu bizim projelerimiz hep güzel dosyalar şekilde tarla haritalar üzerinde işaretlenmiş ama hepsi de dosyalarda kaldı” (K1).*

Turizm yönetimi, tanıtımı ve pazarlamasında “destinasyon temelli örgütlenme modeli” yapılanmaları, turizmde büyük rekabet avantajı ortaya çıkarmaktadır (Mihalic, 2000; Göymen, 2000; Dwyer ve Kim, 2003; Yavuz ve Karabağ, 2009; Yılmaz vd., 2012; Seyahat Acenteleri Yöneticileri Derneği, 2013; Doğan, 2014; Çayır ve Fazlıoğlu, 2017; Altınay ve Kuk, 2017; Cengiz ve Yalçın, 2017; Çetin vd., 2017; Özkan, 2017). Bununla birlikte oluşturulan bu yapılar sayesinde paydaşlar arasında ortak fikirlerin paylaşımı ile birlikte turizmde ekonomik, çevresel ve sosyal turizm gelişim stratejilerinin oluşumu ve kaynaklar üzerinde etkisi az olan paydaşlarında karar verme sürecine katılımı sağlanır (Erkuş-Öztürk ve Eraydın, 2010: 114). Bu nedenle yörenin sosyal, kültürel, ekonomik ve demografik yapıları dikkate alınarak turizm işletmeleri, yerel kamu kurumları, yerel yönetimler, turizm dernek ve organizasyonları, ticaret meslek odaları gibi yörenin paydaşları iş birliği çerçevesinde süreçte yer almalıdır (Sarı ve Kozak, 2005: 267; Aslan, 2017). Yörenin önemi turizm paydaşlarını belirlemeye yönelik olarak katılımcıların ifadeleri doğrultusunda yörede turizm yönetimiyle ilgili 16 tane kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşu paydaşından bahsedilmektedir. Bunların içinden belediyeler, valilikler ve il özel idareleri yörenin en önemli 3 paydaşı olduğu ortaya çıkmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcılar kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları paydaşlarının yer aldığı bir yapıyı önermektedirler ve kamu kurumu paydaşlarının yönetimde yer almasını daha çok istemektedirler.

Turizm sektörünün çok boyutlu bir yapısının olmasından dolayı destinasyonlarda farklı düşünen paydaşlar arasında koordinasyonun sağlanması paydaşlar arası ilişkiler açısından hayati önemi olan bir konudur (Özok, 2002: 23-24; Howie, 2004: 75; Ateş Özalp, 2017: 307). Paydaşlar arasındaki amaç birliği oluşturmada (Çizel vd., 2016: 8), uzun süreli strateji geliştirmede (Presenza vd., 2013: 28) ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan koordinasyonun rekabetin artmasında ve hedeflere ulaşılmasında oldukça etkili olduğu görülmektedir (Yılmaz vd., 2012). Göller Yöresindeki paydaşların koordinasyonlarıyla ilgili olarak katılımcıların büyük çoğunluğu Göller Yöresinde paydaşlar arası ilişkilerde koordinasyonun yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte paydaşların ortak stratejilerinin olmadığı, yörede koordinasyonu sağlayacak kurumun olmadığı, koordinasyonsuzluktan kaynaklanan paydaşlarda vizyon eksikliği, planlı bir koordinasyonun olmadığı, devletin turizme desteğinin yetersiz olduğu, yöredeki turizm paydaşlarının bencilliğinden doğan koordinasyonsuzluk gibi problemlerin olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

*“Yok, hayır bununla alakalı bir koordinasyon kesinlikle yok. Kesinlikle bir bağ, bir haberleşme, bir planlama yok” (K6).*

Turizm destinasyonlarında, paydaşlar arası ilişkilerde ve yönetim bağlamında etkili liderliğin sağlanmasında farklı paydaşların eşitlikçi ve demokratik bir şekilde kararlara katılımı sağlanmalıdır. Bununla birlikte, vizyonun paylaşımı, iletişim, gücün paylaşımı destinasyonlarda belirgin bir yönetim

bağlamında etkili liderliğin sağlanması için önem arz etmektedir (Valente vd., 2015: 125). Aynı zamanda destinasyonlarda liderlik edecek paydaş, paydaşlara stratejik bir amaç ve vizyon sağlamalıdır (Vernon vd., 2005). Bu bağlamda Göller Yöresinde paydaşlar arası ilişkilerde liderlik kavramıyla ilgili olarak katılımcıların yarısından fazlası yörede turizme liderlik eden bir paydaşın olmadığını ve bu nedenle yöre turizminde etkili bir liderliğin gerçekleştirilmediğini ifade etmişlerdir. Aynı zamanda katılımcılar yörede valiliklerin turizme liderlik edebileceğini ifade etmişlerdir.

*"[...] Şuanda hiçbir paydaş göremiyorum liderlik eden seyahat acenteleri kendi başlarına gidiyor bir şekilde gidiyor. Kontrollü ya da kontrolsüz sadece onların aktiviteleri var. Onun dışında buna liderlik eden bir paydaş görmedim şüana kadar"(K1).*

Destinasyonlarda paydaşların ortak konularda birlikte hareket etmesini ve karar vermesini (Cengiz ve Yalçın, 2017: 335) ilke edinen iş birliği, tüm paydaşların yer aldığı yerel ve bölgesel oluşturulmuş destinasyon yönetim örgütlerine potansiyel etkisi olan bir olgudur (Göymen, 2000: 1026). Destinasyonların gelişmesinde, stratejilerin uygulanmasında, destinasyonlarda sürdürülebilir olarak çevrenin korunması, kalkınma ve planların gerçekleştirilebilmesinde, etkili kararlar alınmasında, paydaşlar arasındaki çatışmanın önlenmesinde, yönetim yapısının kurulmasında ve işletilmesinde, destinasyonlardaki kaynakların aşırı kullanımının önlenmesinde, güven, iletişim ve bilgi paylaşımının artmasında, paydaşların grup halinde hareket edebilmesinde, grubun homojenliğinin sağlanması ve destinasyonlardaki geleneksel yapısının yetersizliğinden kurtulmasını sağlama da iş birliği oldukça önemli olan bir konudur (Bramwell ve Sharman, 1999: 392-393; Aas vd., 2005; Yüksel vd., 2005; Erkuş-Öztürk ve Eraydın, 2010; 113; Beritelli, 2011: 608-609; Çakar, 2018). Yöredeki katılımcıların büyük çoğunluğu yöredeki paydaşlar arası iş birliğinin istenen düzeyde olmadığı, düşük düzeyde ve etkin olmayan iş birliğinin arttırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Aynı zamanda teorinin pratiğe dönüşmesi ve iş birliğinin artması için üniversitelerinde sürece dâhil edilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

*"Yok, kime gidersen git sana yardımcı olmaz sadece yüzeysel bir bilgi verir. Onun için bu bölgede turizm gelişmemiş ki"(K25).*

Paydaşlar arasında doğru ve sağlıklı iletişimin sağlanamamasının önündeki en büyük engel kamu gücünün eşit dağıtılmaması nedeniyle rollerin paylaşımında sorunların ortaya çıkmasıdır (Paraskevas vd., 2013). Bu nedenle destinasyonlarda paydaşlar arasında rollerin dağılımının açık ve net bir şekilde gerçekleşebilmesi ve destinasyonlarda etkili yönetişimin sağlanabilmesinde iş birliği ve koordinasyonun ayrılmaz bir parçası olan doğru ve sağlıklı iletişimin rolü oldukça fazladır (Renn, 2015; Çakar, 2018). Bu doğrultuda Göller Yöresi turizm paydaşları ile ilgili olarak katılımcıların büyük çoğunluğu yöredeki paydaşların birbirleriyle doğru ve sağlıklı bir iletişim kuramadıklarını diğer bir ifadeyle yöredeki paydaşlar arasında yeterli olmayan bir iletişimin olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda, kurumlardaki personel sirkülasyonunun yüksek olduğu, kurumlarda yetişmiş personelin olmadığı, personel devamlılığının olmadığı, planlama eksikliğinin bulunduğu, yörede para odaklı anlayışın hâkim olduğu ve bunların iletişimde engel teşkil ettiği bulgusu elde edilmiştir. Bununla birlikte sürdürülebilirlik, liderlik, iş birliği ve iletişim arasında önemli bir ilişki ortaya çıkmıştır.

*"Süreklilik olmadığı sürece iletişimde de kopukluk oluyor"(K14).*

Yönetim sürecinde etkili bir şekilde karar vermenin en önemli yolu alınacak kararlardan etkilenecek tüm paydaşların karar verme sürecine dahil edilmesidir (Cihangiroğlu vd., 2015: 42). Alınacak kararlardan etkilenecek olan tüm paydaşların sürece dâhil edilmesi alınan kararların kalitesini, beklentilerin karşılanmasını, güveni, bağlılığı, iş birliğini, koordinasyonu, etkili iletişimi, denetimin etkinliğini, demokratik yönetim anlayışını etkilemektedir (Bakan ve Büyükbeşe, 2005: 26-28). Özellikle yerel halkta dâhil olmak üzere destinasyonlarda etkili yönetim çerçevesinde plan ve politikaların oluşturulması aşamasında tabandan tepeye yani merkezi olmayan yönetim yapısıyla her seviyede paydaşların eşit bir şekilde karar alma sürecine dâhil edilmesi gerekmektedir (Organization for Economic Cooperation and Development, 1995: 26; Reed, 1997; Hall ve Lew, 1998; Göymen, 2000: 1027; Yüksel vd., 2005: 861; Çakar, 2018). Bazı paydaşların yeterli gücü ve yetkisinin olmaması, diğer bir

ifadeyle güçlü bürokrasi kararlara katılımını engellemektedir (Jiang ve Ritchie, 2017). Bu bağlamda problem çözme yeteneğini geliştirmek için kamu ve özel sektör temsilcileri ile tüm paydaşların karar alma sürecine eşit bir şekilde katılımının sağlanması devletin karar almadaki gücünü zayıflatmakta, yerel paydaşların turizmin yönetilmesinde ve gelişmesindeki etkinliği artmakta bu durumda etkili destinasyon yönetişiminin sağlanmasını ortaya çıkarmaktadır (Yüksel vd., 2005: 860; Presenza vd., 2013: 29; Hazenberg, 2015). Yöredeki turizm paydaşlarının yöre turizmiyle ilgili olarak kararlara katılımıyla ilgili katılımcıların yarından fazlası tüm paydaşların katılımının sağlanmadığını özellikle yerel halkın sürecin dışında kaldığını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılardan elde edilen bulgular doğrultusunda koordinasyon, iş birliği, iletişim ve kararlara katılımın birbirleriyle bağlantılı olduğu tespit edilmiştir.

*“Bence sağlanmıyor. Diğerlerine soruluyor mu bilmiyorum ama bence onlara da sorulmuyordur bize de gelip ne eksik burada ne derdiniz var ya da işte ne yapılabilir gibi fikir alımı olmuyor” (K27).*

Bilgi paylaşımı paydaşların birbirleriyle yüksek performanslı ilişki kurmasında yani bağlılıklarının artmasında etkili olan bir kavramdır. Paydaşlar arasında önemli düzeyde bilgi paylaşımının sağlanması paydaşların önemli derecede öngörülerinin, memnuniyet, iş birliği ve güven seviyelerinin artmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte paydaşların güncel kalmalarında ve görevlerini etkili bir şekilde yerine getirmelerinde bilgi paylaşımı etkili olmaktadır (Levine ve White, 1961; Mohr ve Spekman, 1994: 139; Beritelli, 2011: 624). Fakat güç ile bilgi arasında önemli bir ilişki olduğundan bilgi elinde olan aynı zamanda gücün sahibi olarak görülmektedir (Foucault, 1980). Bu nedenle güçlü hiyerarşi, statü ve formal gücün kullanımı bilgi paylaşımı önündeki önemli bir engel olarak değerlendirilmektedir (Riege, 2005: 23-29; Göymen, 2000: 1042). Buna bağlı olarak paydaşlar arasında etkili bilgi paylaşımının sağlanmaması paydaşların ortak vizyon çerçevesinde strateji oluşturmasının önünde ciddi bir engel olarak görülmektedir (Jia vd., 2012). Ortak vizyonun olmaması paydaşlar arasında uyum ve etkileşimi olumsuz bir şekilde etkilemektedir (Beaumont ve Dredge, 2010; Çizel vd., 2016) Göller Yöresi’nde paydaşlar arasında bilgi paylaşımı ile ilgili olarak katılımcılardan yarından fazlası yörede turizmle ilgili konularda bilgi paylaşımının yetersiz ve düşük düzeyde olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda yöredeki turizm bilgi merkezlerinin turizmle ilgili gelişmelerden haberdar edilmemesi, yörede yapılan bilimler çalışmalarının yerele indirgenmemesi, paydaşlar arasında ortak bir vizyonun olmaması, turizmle ilgili yapılan etkinliklerin amacı dışına çıkması ve güce bağlı olarak ortaya çıkan bürokratik engeller etkili bilgi paylaşımının önündeki önemli engeller olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bunlara ek olarak yörede oluşturulacak bir turizm konseyi bilgi paylaşımının etkili ve verimli bir şekilde yapılabilmesini sağlayacaktır bulgusu da elde edilmiştir.

*“[...] Bir önceki ile devamını söyleyeyim ben size İnsuyu Mağarası’nın kapalı olmasını en geç duyanlardan bir tanesi benim. Yani bu işin içindeyim bana bugüne kadar hiç kimse oranın kapalı olduğunu söylemedi, dışardan başka birisinden tesadüfen öğrendim bende. Şuanda kapalı olduğunu söylemeye çalışıyoruz bize ulaşanlarla bilgi iletişim son derece kötü bizim burada enformasyonun merkezi burası en geç benim haberim oluyor” (K1).*

Paydaşlar arasında güven belirlenen hedeflere ulaşmayı sürdürülebilir yönetim bağlamında etkilemektedir. Güven aynı zamanda merkezi ve yerel yönetim yapısı arasındaki ilişkiyi ve ortak problem çözme gücünü yükselten bir kavramdır. Aynı zamanda paydaşlar arası iş birliğinin artması için güven ortamının oluşması gerekmektedir. Fakat paydaşlar arası güveni olumsuz etkileyen şüphe ve diğer etmenlere bağlı olarak güvenin azalması paydaşlar arası sinerji oluşturma yolunu engelleyebilir (Kalemci Tüzün, 2007: 104; Zahra, 2011: 547-548; Beritelli, 2011: 624; Çizel vd., 2016: 9). Göller Yöresinde paydaşlar arasında güven ile ilgili olarak katılımcılardan yarından fazlası yöredeki paydaşlar arasında bir güven olduğunu ifade etmişlerdir. Yörede paydaşlar arası ilişkilerin düşük olması ve destinasyon yönetimi için herhangi bir birliğin olmaması nedeniyle paydaşlar arasında güvensizlik ortaya çıkaracak bir durum oluşmamıştır bulgusu elde edilmiştir.

*“Güvensizlik söz konusu değil” (K30).*

Paydaşlar arası ilişkilerin devamlı bir şekilde gönüllü olarak iş birliği çerçevesinde devam ettirilmesinde bağlılığın önemi büyüktür (Morgan ve Hunt, 1994: 23). Diğer bir ifadeyle paydaşlar arası

bağlılığın artması iş birliğini arttırmaktadır (Beritelli, 2011: 624). Paydaşlar arasındaki yüksek seviyedeki bağlılık hedeflere ulaşmada kolaylık sağlamaktadır. Çünkü yüksek seviyede birbirine bağlı olan paydaşlar problemlerini daha az çaba harcayarak çözerler ve bu sayede uzun dönemli sürdürülebilir hedeflerini daha kısa sürede ve daha hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilirler (Mohr ve Spekman, 1994: 138). Bununla birlikte bir destinasyonda etkili sürdürülebilir destinasyon yönetişimi sağlamada paydaşlar arasındaki bağlılık oldukça önemlidir (Çizel vd., 2016: 10). Destinasyonların uzun soluklu ayakta kalabilmelerinde özellikle diğer paydaşlar gibi turist paydaşlarının da bağlılığı tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme açısından oldukça önemlidir (Sağlık ve Türkeri, 2015: 27; Taşkın ve Karadamar, 2016: 10-11). Bu bağlamda Göller Yöresinde yer alan paydaşların birbirlerine olan bağlılıkları ile ilgili olarak paydaşlardan yarından fazlası paydaşların birbirleriyle aralarında bağlılık problemi olduğunu diğer bir ifadeyle paydaşlar arasında güçlü bir bağlılığın olmadığını ifade etmişlerdir. Aynı zamanda turizm sektörünün öncelikli sektörlerden biri olarak yörede görülmemesi paydaşlar arası bağlılığı olumsuz etkilemekte olduğu bulgusu elde edilmiştir.

*“Bağlılıkta yoktur toplantıdan toplantıya gelirler onun haricinde görüşmezler bile”(K19).*

Destinasyonlarda kaynak bağımlılığı paydaşlar arası iş birliğinin oluşmasında merkezi bir rol oynamaktadır (Beritelli, 2011: 624). Fakat destinasyonlarda paydaşların birbirlerine olan bağımlılık duygusunun ortadan kalkması bölge turizminin gelişimini ve destinasyondaki yönetim olgusunun oluşmasını olumsuz etkilemektedir. Göller Yöresinde paydaşlar arasında bir bağımlılık olup olmadığı ile ilgili olarak katılımcıların yarından çoğu turizmin birlikte hareket ettirmeyi gerektiren diğer bir ifadeyle kaynak bağımlılığı olan bir iş olmasından dolayı yöredeki paydaşların birbirleri arasında bağımlılığın olduğunu ve aynı zamanda ilişkilerin bitmesinin turizmi sekteye uğratacağını ifade etmişlerdir.

*“Turizm bireysel yapılabilecek bir iş değil. Bir ekip çalışması dolayısı ile bu ekip içerisinde yer alan her paydaşın mutlaka birbirine bağımlılığı var yani”(K30).*

Çatışma yönetimi, çatışmanın işlevsel olmayan sonuçlarının en aza indirgenmesi ve işlevsel sonuçlarının en üst düzeye çıkarılması için etkili stratejilerin tasarlanmasını ve planlanmasını ele alan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Çatışma yönetimi sürecinde çatışmalar problem olarak değil çözümün bir parçası olarak düşünülerek ele alınmalıdır (Morgül, 2013: 8-9). Çatışmaların çözüm teknikleri olarak ilgili literatürde ortak problem çözme, baskı kurma, sorunu hakem kararı ile çözme, yumuşatma, görmezden gelme veya kaçınma olarak ele alınmıştır (Mohr ve Spekman, 1994: 139; Dönmez 2008a: 45; Koçel, 2011: 656). Destinasyonlardaki paydaşlar arasında ortak iş yapma sürecinde güç ve otoriteye bağlı olarak çatışmalar ortaya çıkabilmektedir (Çakar, 2018: 3). Bu çatışmaların etkili yönetilmesi destinasyonlarda etkili yönetişimin ve paydaşlar arası ilişkilerde başarının ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Bu doğrultuda yöredeki turizm paydaşları arasında çatışmaların olup olmadığı ve var olan çatışmaların nasıl çözüme kavuşturulduğu ile ilgili olarak katılımcıların yarından çoğu paydaşlar arasında bir çatışma olmadığını ifade etmişlerdir. Ortaya çıkan küçük çatışmalarında yasal mevzuata uygun olarak yapıcı bir şekilde, büyütmeden çözüme kavuşturulduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

*“Ufak tefek problemler çıkıyordur mutlaka ama sonuç itibari ile yansıtıyorlar fazla çözümlüyor diye düşünüyorum” (K26).*

## Yerel Halk

Dünyada turizmin bir endüstri olarak kabul edilmesiyle birlikte turizmi oluşturan kaynakların ne olduğu ile ilgili olarak sorgulamalar başlamıştır. Turizm kaynakları arasında gidilecek bölgenin yerel halkının önemli bir kaynak olduğu turizmi hem olumlu hem de olumsuz bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir (Simmons, 1994: 98). Yerel halkın turizm ile ilgili algı ve tutumlarına bağlı olarak turizmin gelişmesini desteklemediği durumlarda turizmin o bölgede sekteye uğradığı görülmektedir. Bununla birlikte yörede gerçekleştirilen turizm plan ve politikalarında yerel halkın dahil edilmediği durumlarda tam katılımın olamayacağı ve faaliyetlerin hedeflerine ulaşamadığı görülmektedir (Fredline ve

Faulkner, 2000; Lankford, 2001; Vernon vd., 2005; Presenza vd., 2013). Bu nedenle bu alanda araştırma yapan birçok araştırmacı (Doxey, 1975; Murpy, 1985; Maddox, 1985; Allen vd., 1988; Davis vd., 1988; Long ve Richardson, 1989) yerel halkın turizmle ilgili bakış açısının devamlı olarak ölçülmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu doğrultuda yerel halkın turizmle ilgili bakış açıları diğer bir ifadeyle algı ve tutumları ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel boyutlardan ortaya çıktığı tespit edilmiştir (Yoon vd., 2001: 363; Akova, 2006; 78; Presenza vd., 2013: 28).

Yöredeki yerel halkın turizm ile ilgili bakış açılarını yani algı ve tutumlarını belirlemeye yönelik olarak yöredeki yerel halk katılımcılarından olan (K15, K16, K17, K18) kodlu katılımcılardan elde edilen bulgular doğrultusunda yöre turizminin ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Turizmin sosyal ve kültürel etkisi ile ilgili olarak katılımcıların (K15, K16, K18) büyük çoğunluğu turizmin herhangi bir olumsuz etkisinden bahsetmemişlerdir. Turizmin çevre üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik olarak katılımcıların (K15, K18) yarısı yörede gelişen turizmin çevre üzerinde olumsuz etkileri olabileceğini ifade etmişlerdir. Turizmin yöre üzerindeki ekonomik etkisini ölçmeye yönelik olarak katılımcıların (K15, K16, K18) büyük çoğunluğu turizmin yörenin ekonomisine olumlu katkısının olduğunu ifade etmişlerdir. Yörede turizmin gelişip gelişmemesini isteyip istememe durumlarını belirlemeye yönelik katılımcıların (K15, K16, K17) büyük çoğunluğu yörede turizmin gelişmesinin istendiğine yönelik ifadeler sunmuşlardır. Bu kapsamda yerel halkın yöre turizmine bakış açısının olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir.

Bir yörede turizmin faydası maliyetinden fazla olduğu zaman turizm yöre halkı tarafından olumlu algılanmakta ve buna bağlı olarak yerel halk tarafından turizm olumlu bir şekilde yörede desteklenmektedir (Yoon vd., 2001: 364-365). Yerel halkın yörenin turizmine karşı vermiş olduğu olumlu destek yörede turizmin daha hızlı ve planlı gelişmesine, uzun dönemli varlığını koruyarak çekiciliğini arttırmasına katkı sağlamaktadır (Avcıkurt, 2003; Solmaz, 2014: 103; Yılmaz, 2014: 287). Aynı zamanda yerel halkın olumlu desteği turistlerin gerçekleştirdiği turizm faaliyetlerinden aldığı memnuniyet seviyesini arttırmakta buna bağlı olarak maliyeti olmayan ağızdan ağıza reklamın yörenin tanıtılmasına katkısını arttırmaktadır (Ap, 1992; Presenza vd., 2013: 22). Göller Yöresinde yer alan yerel halkın toplam turizm algısına bağlı olarak turizme desteğinin diğer bir ifadeyle etkisinin veya katkısının istenen düzeyde olup olmadığını belirlemek amaçlı elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcıların tamamının büyük çoğunluğu yöredeki yerel halkın turizme etkisinin ve katkısının yeterli olmadığını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, yöreye gelen turist ile yörede yaşayan yerel halkın etkileşime girememesi, yerel halkta yeterli düzeyde farkındalığın oluşmamış olması, yerel halkın sürece dâhil edilmemesi, yerel halkın turizmden yeteri kadar gelir elde edememesi, eğitimsizlik ve yerel halkın yaşadığı bölgeyi tanımaması gibi nedenler yörede yaşayan yerel halkın yöre turizmine etkisini ve katkısını engelleyen durumlar olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

*“Yetersiz niye yetersiz istersen Isparta şehir merkezine gittiğinde bir şöyle on kişiye sor; Davraz’ı biliyor musunuz? Hiç Davraz’a kışın gittiniz mi? de çoğu gitmedim der maalesef böyle”*(K29).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya üzerinde küreselleşme, teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, değişen turizm bilinci gibi nedenlere bağlı olarak seyahat eden bireylerin turizme bakış açıları ciddi anlamda değişim ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu nedenle seyahat olaylarına katılan bireyler alternatif turizm türleri bakımından zengin olan destinasyonları ziyaret etmeye başlamış ve bu yönden zengin olan destinasyonların her geçen gün talebi ve önemi artmaya başlamıştır. Bu doğrultuda destinasyonların etkili ve verimli şekilde yönetilebilmesi için destinasyonlarda paydaşlar arası ilişkiler önemli hale gelmiştir.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen doküman analizi sonuçlarına göre; yörede oldukça fazla turistik çekiciliğin olduğu, yörenin tanıtımında yazılı ve görsel kaynaklardan yararlanıldığı, Burdur İl Kültür Turizm Müdürlüğü’nün ve Burdur Müzesi’nin web sayfalarının tanıtım konusunda oldukça yetersiz ve güncel olmadığı, Lisinia Doğa Koruma ve Rehabilitasyon Merkezi Projesi’nin yöre turizminin

gelişmesi için oldukça önem arz ettiği, Isparta ili ile ilgili dokümanların yeterli olmamakla birlikte reklam ve tanıtım açısından daha iyi olduğu ve genel açıdan bakıldığında ise, kaynakların yöre turizmiyle ilgili öneri, bilgi verme, tanıtım, eğitim koruma amaçlı bilgiler sunduğu sonuçları elde edilmiştir. Yörede gerçekleştirilen katılımcı gözlem sonuçlarına göre ise genel olarak yörenin sahip olduğu turistik değerlerin kullanılmadığı, yöredeki turistik alt ve üst yapının yetersiz olduğu, coğrafi konumun avantajından yararlanılmadığı, gözlemin yapıldığı tarihlerde yöreyi yeteri kadar yerli ve yabancı turistlerin ziyaret etmediği, yöre halkının turistleri misafirpervellikle karşıladığı ve katılımcıların araştırmacıya sıcakkanlı ve samimi davrandıkları gözlemlenmiştir.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerin içerik analizi ile analiz edilmesi sonucunda üç ana kategori ve bu kategoriler altında yirmi alt kategori ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda ilk kategori yöre turizminin genel durumu kategorisidir ve bu kategori altında; turizm gelişim süreci, turizm çekicilikleri, turizm alt ve üst yapısı, turizm tanıtım ve pazarlaması, turizm imajı, turizm yatırım ve projeleri alt kategorileri yer almıştır. İkinci kategori destinasyon düzeyinde paydaşlar arası ilişkiler kategorisidir ve bu kategori altında; planlama, yörenin turizm paydaşları, koordinasyon, liderlik, iş birliği, iletişim, paydaşların kararlara katılımı, paydaşlar arası bilgi paylaşımı, paydaşlar arası güven, paydaşlar arası bağlılık, paydaşlar arası bağımlılık ve paydaşlar arası çatışma yönetimi alt kategorileri ortaya çıkmıştır. Son olarak yerel halk kategorisi altında turizme bakış açısı ve turizme etkisi/katkısı alt kategorileri ortaya çıkmıştır.

Turizm gelişim süreci ve çekicilikleri ile ilgili olarak yörede yer alan her iki ilinde tarihinin çok geçmişe dayandığı buna bağlı olarak yörenin tarihinin, turizminin ve kültürünün çok köklü olduğu sonucu elde edilmiştir. Aynı zamanda yörede turizm çekicilikleri çok fazla olmasına rağmen yöre turizmini açısından kullanılmadığı elde edilen sonuçlar arasındadır. Yörede yapılan diğer çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Türk, 2005; Türkoğlu vd., 2005; Sargın, 2006; Durgun, 2007; Yıldız, 2007; Özdemir, 2008; Ceylan, 2009; Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2011; Doğan ve Üngüren, 2012; Kılınç, 2013; Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2013; Solmaz, 2014; Ogun ve Türkoğlu, 2016).

Yörenin turizm alt ve üst yapısı ile ilgili olarak, turizmin yörede etkili şekilde gelişmesi açısından alt ve üst yapı olanaklarının yetersiz olduğu sonucu elde edilmiştir. Sargın (2006) ve Solmaz (2014) benzer şekilde Göller Yöresi'ndeki Isparta ve Burdur illerinde turizm alt ve üst yapısının yetersiz olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Yörede gerçekleştirilen turizme yönelik reklam ve tanıtım faaliyetleri ile ilgili elde edilen sonuçlara göre yöredeki turizmle ilgili gerçekleştirilen reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Yöre turizmiyle ilgili SWOT analizi yapan (Durgun, 2007) çalışmasında kısmen benzer sonucu elde etmiştir. Yörenin turizm imajı ile ilgili olarak turizm imajının yetersiz olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, yörede gerçekleştirilmeye çalışılan turizm imajının gerçeği yansıtmadığı ve yörenin tanıtılmasında kullanılan tanıtım sitelerinin de tanıtım konusunda oldukça yetersiz ve güncel olmadığı sonuçları da elde edilmiştir. Benzer bir çalışmada Atar ve Konaklıoğlu (2017), yörenin turizm imajının yetersiz olduğunu çalışmalarında ortaya koymuşlardır. Yörede gerçekleştirilen turizm yatırım ve projeleriyle ilgili olarak yörede yatırımcılara yeteri kadar kaynak tahsisinin olmaması yatırım ve projeleri olumsuz etkilemekte olduğu sonucu elde edilmiştir. Benzer bir şekilde Çizel vd., (2016) sürdürülebilir yatırım ve projelerin gerçekleştirilmesi için kaynak tahsis etmenin oldukça önemli olduğu sonucunu Antalya'da sürdürülebilir destinasyon yönetişimi ile ilgili araştırmalarında ortaya koymuşlardır.

Yöre turizminin planlamasıyla ilgili olarak, yörede gerçekleştirilen turizm planlarının yetersiz veya etkisiz olduğu sonucu elde edilmiştir. Benzer şekilde Çizel vd., (2016) Antalya'da sürdürülebilir destinasyon yönetişimi ile ilgili çalışmalarında yapılan planların sadece kağıt üzerinde kaldığını yani işlevselliğinden yoksun olduğu ortaya koymuşlardır. Yörenin turizm paydaşlarının belirlenmesiyle ilgili olarak yörede oluşturulacak turizm konseyinde yer alması gereken yörenin önemli turizm paydaşlarından ilk üçü belediye, valilik, il özel idaresi olması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Semerciöz vd., (2008) destinasyon yönetim örgütleri ve destinasyon paydaşları arasındaki ilişkiler üzerine yapmış oldukları çalışmalarında belediye, valilik ve il özel idarelerini en önemli üç paydaş olarak ortaya koymuşlardır. Yörenin en önemli 10 turizm paydaşı ise; belediye, valilik, il özel idare, sivil



toplum kuruluşları, il kültür turizm müdürlüğü, oteller, acenteler, yerel halk, üniversiteler ve kaymakamlıklardır. Bunlara ek olarak Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, restoranlar, pansiyonlar, hediyelik eşya işletmeleri, muhtarlar ve medya yörenin önemli turizm paydaşları olduğu sonucu da elde edilmiştir. Benzer şekilde Yılmaz vd., (2012) ve Ateş (2010) gerçekleştirdikleri çalışmalarında kamu özel sektör ve sivil toplum kuruluşları paydaşlarının destinasyon yönetim örgütlerinde olması gerektiği sonucunu elde etmişlerdir. Yöre turizminde koordinasyonla ilgili olarak yörede turizm paydaşları arasında koordinasyonun yetersiz olduğu, koordinasyon konusunda ciddi problemin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Türkiye turizminde birimler arasında koordinasyonun eksik olduğuna yönelik sonuçları Çamlıca vd., (2017) çalışmalarında ortaya koymuşlardır.

Yörede turizme liderlik eden bir paydaşın olmaması yöre turizminin gelişimi açısından bir problem kaynağı olduğu sonucu elde edilmiştir. Katılımcılar ağırlıklı olarak kamu kuruluşlarının turizme yörede liderlik edebileceğini ifade etmişlerdir. Bu sonucu destekler nitelikte turizmin gelişme aşamasında olduğu bölgelerde genelde kamunun turizme liderlik ettiği görülmektedir. Benzer bir çalışmada bu sonucu destekler nitelikte destinasyon yönetiminde liderlik edecek olan paydaşın destinasyonun sahip olduğu özel koşullara göre yörede yer alan bir kuruluşun lider olarak tercih edilebileceği sonucu ortaya konulmuştur (Aslan, 2017). Destinasyonların etkili yönetiminde oldukça önemli olan iş birliğinin Göller Yöresi turizm paydaşları arasında yeterli olmadığı diğer bir ifadeyle paydaşlar arası iş birliğinin düşük düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çakar (2018)'in Antalya yöresinde yapmış olduğu çalışmasında da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Yöredeki turizm paydaşlarının birbirleriyle iletişimi ile ilgili olarak paydaşlar arasında doğru ve sağlıklı bir iletişimin olmadığı sonucu elde edilmiştir. Aynı zamanda sürdürülebilirlik, liderlik, iş birliği ve iletişimin birbirleriyle bağlantılı olduğu sonucu da ortaya çıkmıştır. Beritelli (2011) benzer şekilde paydaşlar arasındaki iletişimin artırılmasının iş birliğini arttırdığını ifade etmiştir.

Paydaşların kararlara katılımı ile ilgili olarak yörede özellikle yerel halk ve diğer paydaşların karar alma sürecinde kararlara katılımının sağlanmadığı sonucu elde edilmiştir. Doğan (2014) ve Presenza vd., (2013) araştırmalarında benzer sonuçları elde etmişlerdir. Aynı zamanda koordinasyon, iş birliği, iletişim ve kararlara katılımın birbirleriyle bağlantılı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde yörede turizm ile ilgili alınan kararlara yönelik paydaşlar arasında bilgi paylaşımının da yetersiz olduğu sonucu da elde edilmiştir. Çakar (2018) Antalya yöresinde paydaşlar arası bilgi paylaşımının düşük olduğu sonucunu elde etmiştir. Yöre turizminde paydaşlar arası ilişkilerde bağlılık ile ilgili olarak yörede paydaşlar arasında bu konu ile ilgili problemin olduğu paydaşlar arasında duygusal bir bağ olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Çizel vd., (2016), çalışmalarında bağlılığın sürdürülebilir destinasyon yönetiminin de etkili olduğu sonucunu elde etmişler ve yöredeki paydaşlar arasında bir bağlılığın olmadığı, bireysel hareket edildiği sonucuna ulaşmışlardır. Fakat, yöre turizminde paydaşlar arası ilişkilerde güven, bağımlılık ve çatışma yönetimi konularında herhangi bir eksikliğin olmadığı sonucu elde edilmiştir.

Yerel halkın yöre turizmine bakış açısı yani algı ve tutumuyla ilgili olarak turizmin yörede gelenek ve görenekler üzerinde, ekonomi üzerinde olumlu etkisinin olduğu sadece çevre üzerinde olumsuz bir etkisinin olabileceği sonucu elde edilmiştir. Bu doğrultuda genel olarak yerel halkın yöre turizminin gelişimine karşı algı ve tutumu olumlu yöndedir. Bununla birlikte yerel halkın yörenin turizminin gelişmesine etkisinin ve katkısının yeterli düzeyde olmadığı tespit edilmiştir. Korkmaz ve Başkalkan (2011), Doğan ve Üngüren (2012), Kılınç (2013) ve Solmaz (2014) yörede çalışmalarında benzer sonuçlar elde etmişlerdir.

Sonuç olarak, yöre turizminin genel durumu ile ilgili turizmin alt ve üst yapısı, turizm tanıtım ve pazarlaması, turizm imajı ve turizm yatırım ve projeleri konularında eksikliklerin olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu eksikliklerin oluşmasında temel neden yöredeki turizm paydaşlarının birbirleriyle olan ilişkilerinde yetersizliklerin olmasıdır. Özellikle yöredeki turizmle ilgili hazırlanan planların işlevsellikten yoksun olması, yöre paydaşları arasında koordinasyon, iş birliği, iletişim konularındaki yetersizlikler, yöre turizmine liderlik edecek bir paydaşın olmaması, yerel halkta dâhil yöre paydaşlarının eşit bir şekilde kararlara katılımının sağlanmaması ve paydaşlar arasında bilgi

paylaşımının ve gönüllü bir bağlılığın olmaması ve yöre açısından oldukça önemli olan yerel halkın turizme etkisinin ve katkısının yetersiz olması yörede paydaşlar arasındaki ilişkilerde eksikliklerin olduğunun bir sonucudur. Paydaşlar arasındaki ilişkilerden ortaya çıkan bu eksiklikler yörede etkin destinasyon yönetişiminin oluşmamasında da etkili olmuştur.

Araştırmanın ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İlgili literatür incelendiğinde paydaşlar arası ilişkilerin boyutlarını planlama, liderlik, koordinasyon, iş birliği, iletişim, kararlara katılım, bilgi paylaşımı, bağlılık, bağımlılık, güven ve çatışma yönetimi boyutlarının tamamı ele alınarak incelenen çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Özellikle Göller Yöresi turizmiyle ilgili bu kapsamda bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Elde edilen tüm bu sonuçlar göz önüne alınarak araştırma kapsamında etkin bir destinasyon yönetişimi çerçevesinde yöre destinasyonunu yönetecekleri ve araştırmacılara yörede etkili destinasyon yönetişimi oluşturma adına, yöre turizminin yapısına uygun, ulusal ve uluslararası rekabet edebilme adına ve ortaya çıkan problemlerin çözüme kavuşturulması, sektörün ihtiyaçlarının belirlenmesi amaçlı tüm paydaşların yetki ve sorumlulukları belirlenmiş, proaktif bir yapıda oluşturulmuş üst yönetimin etkisini azaltarak belirlenen kamu, özel sektör, sivil toplum kuruluşları paydaşlarının destinasyon yönetişim unsurları çerçevesinde yer aldığı ve eşit bir şekilde karar alma sürecine dahil edildiği, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın da önerdiği Göller Yöresi Turizm Konseyi oluşturulması için çalışmalar gerçekleştirilebilir. Dünya çapında oluşturulmuş turizm konseyleri uygulamaya yönelik kararlar almakta ve yeri geldiğinde kamu niteliği görevi görmektedir (Çayır ve Fazlıoğlu, 2017: 262). Yörede oluşturulacak turizm konseyinin de bu nitelikleri taşıması gerekebilir. Turizm ile ilgili alacağı kararların kamu ve özel sektörde yasal sorumluluğu ve bağlayıcılığı olması gerekebilir. Diğer bir ifadeyle konseyde yer alacak paydaşların yasal bir dayanağı olması onları karar alma sürecinde daha başarılı kılabilir.

Sunulan önerilere ek olarak araştırmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu sınırlılıkların ilki araştırmanın çalışma alanı ile ilgilidir. Araştırma alanı Göller Yöresi'ndeki iki il ile sınırlandırılmıştır bu il sayısı arttırılarak başka bir çalışma gerçekleştirilebilir.

## KAYNAKÇA

Aas, C., Ladkin, A. and Fletcher, J. (2005). Stakeholder Collaboration and Heritage Management. *Annals of Tourism Research*, 32(1): 28-48.

Acar, İ., Köker, İ. S., Sayar, B. ve Turaç, M. (2017). Destinasyon Yönetimi ve Örgüt Yapıları. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara. ss: 294-303.

Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık

Akova, O. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1): 77-109.

Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm. (1. Basım)*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R. and Kieselbach, S. (1988). The Impact of Tourism Development on Residents Perception of Community Life. *Journal of Travel Research*, 27(1): 16-21.

Altınay, S. ve Kuk, H. (2017). Turizm Piyasaları Düzenleme ve Denetleme Kurulu (TPDDK). *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara. ss: 314-320.

Ap, J. (1992). Residents Perceptions on Tourism Impact. *Annals of Tourism Research*, 19(4): 665-690.

Aslan, F. G. (2017). Destinasyon Tanıtımında Örgütlenme ve İşbirliğinin Önemi. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara. ss: 246-257.

Atar, A. ve Konaklıoğlu, E. (2017). Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Destinasyon Algısını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara. ss: 226-244.

- Ateş Özalp, S. (2017). Turizm İdaresinde Yönetişim Modeli ve Türkiye Ölçeğinde Uygulanabilirliği. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara, 304-313.
- Ateş, S. (2010). *Yönetişim Anlayışı Çerçevesinde Ulusal Turizm Yönetimi: Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneğinde Turizm Yönetimi ve Örgütlenmesi*. Uzmanlık Tezi. T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi; Turist Yerel Halk Etkileşimi. (1. Basım)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik. (1. Basım)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bakan, İ. ve Büyükbeşe, T. (2005). Katılımcı Karar Verme: Çalışanlar Hangi Düzeyde Kararlara Katılmak İsterler? *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2): 23-47.
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı. (2011). *Mutlu Yaşam Bölgesi Batı Akdeniz Sağlık Turizmi Sektör Raporu*. Antalya: Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı.
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı. (2013). *Batı Akdeniz Bölgesi Alternatif Turizm Çalıştay Raporu*, Batı Akdeniz Burdur: Kalkınma Ajansı.
- Beaumont, N. and Dredge, D. (2010). Local Tourism Governance: A Comparison of Three Network Approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1): 7-28.
- Beirman, D. (2003). *Restoring Tourism Destinations in Crisis*. Australia: (1 st Edition), Allen & Unwin,.
- Beritelli, P. (2011). Cooperation Among Prominent Actors in A Tourist Destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2): 607-629.
- Bertucci, G. (2002). Strengthening Local Governance in Tourism-Driven Economies. *International Colloquium on Regional Governance and Sustainable Development in Tourism-driven Economies*. 20-22 February 2002, Mexico. ss: 2-7.
- Bilgin, M. (2002). Yerel Yönetimlerin Bölgesel Kalkınmadaki Etkinliği: Göller Bölgesi Uygulaması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2): 313-330.
- Bramwell, B. and Sharman, A. (1999). Collaboration in Local Tourism Policymaking. *Annals of Tourism Research*, 26(2): 392-415.
- Buhalis, D. (2000). Marketing The Competitive Destination of The Future. *Tourism Management*, 21(1): 97-116.
- Cengiz, Z. ve Yalçın, B. (2017). Turizmde Destinasyon Yönetimi ve Türkiye'deki İzdüşümü. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara ss: 332-342.
- Ceylan, S. (2009). Davraz Dağı (Isparta)'nda Kış Turizmi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22: 205-230.
- Cihangiroğlu, N., Uzuntarla, Y. ve Özata, M. (2015). Otonomi ve Kararlara Katılımın Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinin Analizi. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(12): 39-52.
- Coltman, M. M. (1989). *Tourism Marketing. (1 st Edition)*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Cooper, C., Scott, N. and Baggio, R. (2009). Network Position and Perceptions of Destination Stakeholder Importance. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(1): 33-45.
- Cope, S., Leishman, F. and Staire, P. (1997). Globalization, New Public Management and The Enabling State Futures of Polices Management. *International Journal of Public Sector Management*, 10(6): 444-460.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. (8. Basım)*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

- Çakar K. (2018). Yönetişim Kavramının Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi. 19. Ulusal Turizm Kongresi Sağlık Turizmi, 17-21 Ekim 2018, Afyonkarahisar. ss: 937-945.
- Çakar, K. (2018). Critical Success Factors for Tourist Destination Governance in Times of Crisis: A Case Study of Antalya, Turkey. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(6): 786-802.
- Çamlıca, K., Çelik, S. ve Dedeoğlu, B. B. (2017). Kültür ve Turizmin Kamu Yapılanmasına İlişkin Bir Araştırma. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara. ss: 266-273.
- Çamlıdereli, M. (2004). *Yönetişim ve Reklam İletişimi*. (1. Basım), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Çayır, A. S. ve Fazlıoğlu, M. (2017). Türk Turizminde Çatı Örgütlenmesi İhtiyacı ve Dünyadaki Çatı Örgütü Örnekleri. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara. ss: 258-265.
- Çetin, G., Demiroğlu, O. C., İstanbullu Dinçer, F. ve Dinçer, M. Z. (2017). Destinasyon Stratejileri: Geliştirme, Yönetim, Pazarlama. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara. ss: 322-330.
- Çetinel, F. G. (2001). Turizmde Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Önemi: Türkiye'nin Tanıtımında Turizm Bakanlığı'nın Yurt Dışında Faaliyet Gösteren Medya Araçlarında Yaptığı Reklam Harcamaları ile Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12: 151-161.
- Çıracı, H., Turgut, S. ve Kerimoğlu, E. (2008). Sürdürülebilir Turizm Gelişimi İçin Bir Yönetim Modeli Önerisi: Frig Vadisi Örneği. *İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi*, 7(2): 89-102.
- Çizel, B., Ajanovic, E. and Çakar, K. (2016). Prerequisites or Effective and Sustainable Destination Governance. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 27(2): 155-166.
- Davis, D., Allen, J. and Cosenza, R. M. (1988). Segmenting Local Residents by Their Attitudes, Interest and Opinions Toward Tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2): 2-8.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2012). Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1): 103-122.
- Doğan, M. (2014). *Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi Bağlamında Adalar: Bozcaada Üzerine Bir Model Önerisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Doxey, G. V. (1975). Causation Theory of Visitor-Resident Irritation: Methodology and Research Inference. *Proceedings of the 6th Annual Conference of The Travel Research Association*. San Diego, CA: Travel Research Association, 195-198.
- Dönmez, D. (2008a). *Paydaş Teorisi Çerçevesinde Otel İşletmelerinin Seyahat Acentaları ile İlişkileri Bu İlişkileri Yönetmede İzlenen Stratejiler ve Otel İşletmelerinin Performansı Arasındaki İlişkiler ve Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dönmez, D. (2008b). *Paydaş Teorisi Çerçevesinde Otel İşletmelerinin Seyahat Acentaları ile İlişkileri ve Otel İşletmelerinin Performansı Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma*. *İstanbul Yönetim Dergisi*, 61: 91-112.
- Durgun, A. (2007). Isparta Turizminin Swot Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5): 93-109.
- Dwyer, L. and Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5): 369-414.
- Erkuş-Öztürk, H. (2011). Modes of Tourism Governance: A Comparison of Amsterdam and Antalya. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(3): 307-325.

- Erkuş-Öztürk, H. and Eraydın, A. (2010). Environmental Governance for Sustainable Tourism Development: Collaborative Networks and Organization Building in The Antalya Tourism Region. *Tourism Management*, 31: 113-124.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews Other Writings 1972-1977. (1 st Edition)*, Newyork: Pantheon.
- Fredline, E. and Faulkner, B. (2000). Host Community Reaction: A Cluster Analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3): 763-784.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach. (1 st Edition)*, Boston: Pitman.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L. and Decolle, S. (2010). *Stakeholder Theory: The State of Art. (1 st Edition)*, New York: Cambridge University Press.
- Good Governance Advisory Group (2004). *Good Governance Guide: The Principles of Good Government Within Local Government. (1 st Edition)*, Malbourn: The Municipal Association of Victoria.
- Göymen, K. (2000). Tourism and Governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 27(4): 1025-1048.
- Graham, J., Amos, B. and Plumpre, T. (2003). Principles for Good Governance in the 21<sup>th</sup> Policy Brief Fifty Institute on Governance Congress, August, Canada. ss: 1-6.
- Gümüş, M. (2014). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesi: Konya Yeşil Yıldız-Çevreye Duyarlı Termal Otel Yatırımı Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Güripek, E. (2013). *Turizm Destinasyonlarının Rekabet Gücünün Araştırılmasında Stratejik Destinasyon Yönetimi: Çeşme Alaçatı Destinasyonu Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Hall, C. M. and Lew, A. (1998). *Sustainable Tourism Development: Geographical Perspectives. (1 st Edition)*, London: Pearson Prentice Hall,
- Hazenberg, H. (2015). Is Governance Democratic? *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 18(3): 258-307.
- Healey, P. (1998). Collaborative Planning in A Stakeholder Society. *Town Planning Review*, 69(1): 1-21.
- Howie, F. (2004). *Managing the Tourist Destination. (2 st Edition)*, London: Thomson Learning.
- Jia, Z., Shi, Y., Jia, Y. and Li, D. (2012). A Framework of Knowledge Management Systems for Tourism Crisis Management. *International Workshop on Information and Electronics Engineering (IWIEE): Procedia Engineering*, 29. ss: 138-143.
- Jiang, Y. and Ritchie, B. W. (2017). Disaster Collaboration in Tourism: Motives, Impediments and Success Factors. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31: 70-82.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre. (6. Basım)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kalemci Tüzün, İ (2007). Güven, Örgütsel Güven ve Örgütsel Güven Modelleri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13: 93-118.
- Kılınç, E. (2013). *Medikal Sağlık Turizminin Stratejik Planlaması: Isparta*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kim, H. and Richardson, S. L. (2003). Motion Picture Impacts on Destination Images. *Annals of Tourism Research*, 30(1): 216-237.
- Koçel, T. (2011). *İşletme Yöneticiliği (Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-modern Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar). (13. Basım)*, Beta Yayıncılık, İstanbul.

- Korkmaz, M. ve Başkalkan, S. N. (2011). Eğirdir Gölü ve Çevresinde Turizm Gelişiminin Sürdürülebilirliği Üzerine Değerlendirmeler. Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 12(1): 62-69.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2014). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar. (15. Basım)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuşat, N. (2011). Küreselleşen Dünyada Turizm Sektörü: Bilgi İletişim Teknolojileri ve Rekabet Gücü. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 3(5): 114-138.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi (2023)*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Lankford, S. V. (2001). A Comment Concerning: Developing and Testing A Tourism Impact Scale. *Journal of Travel Research*, (98): 315-316.
- Levine, S. and White, P. E. (1961). Exchange as a Conceptual Framework for the Study of Interorganizational Relationship. *Administrative Science Quarterly*, 5(4): 583-601.
- Liu, T. and Xu, F. (2010). A Study on Community Participation in Rural Tourism Based on Property Rights Theory. *International Conference on Management and Service Science (MASS)*. 24-26 August 2010, China. ss: 1065-1069.
- Long, P. T. and Richardson, S. L. (1989). Integrating Recreation and Tourism Development in Small Winter Cities. *Journal of Physical Education Recreation & Dance* 60(8): 58-61.
- Maddox, R. N. (1985). Measuring Satisfaction with Tourism. *Journal of Travel Research*, 23: 2-5.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber. (Çev. S. Turan)*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Mihalic, T. (2000). Environmental Management of a Tourist Destination A Factor of Tourism Competitiveness. *Tourism Management*, 21(1): 65-78.
- Mohr, J. and Spekman, R. (1994). Characteristics of Partnership Success: Partnership Attribute, Communication Behavior and Conflict Resolution Techniques. *Strategic Management Journal*, 15(2): 135-152.
- Morgan, R. B. and Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3): 20-38.
- Morgül, T. (2013). İşletmelerde Çatışma Yönetimi. *York University Türkiye Temsilciliği*, 1-36.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism. A Community Approach. (1 st Edition)*, London: Routledge.
- Ongun, U. ve Türkoğlu, M. (2016). Isparta İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1): 145-161.
- Organization for Economic Cooperation and Development. (1995). *Governance in Transition: Public Management Reforms in OECD Countries*. Paris: Organization for Economic Cooperation and Development.
- Ökmen, M., Baştan, S. ve Yılmaz, A. (2004). Kamu Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Bir Yönetişim Faktörü Olarak Yerel Yönetimler, (Editör) Yılmaz, A. ve Ökmen, M.: *Kamu Yönetimi içinde* (ss.23-80) Ankara: Gazi Yayını.
- Özdemir, J. (2008). *Isparta İlinin Turizm Potansiyeli ve Geliştirilebilir Turizm Çeşitleri*. Uzmanlık Tezi. T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Özkan, İ. (2017). Golf Turizmi Destinasyonu ve Yönetimi. *Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*. 1-3 Kasım 2017, Ankara. ss: 284-292.

Özok, K. (2002). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölge Planlaması ve Alaçatı Turizm Yatırım Bölgesi Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Öztürk, N. K. (2002). Bürokratik Devletten Etkin Yönetime Geçiş: İyi Yönetişim. *Türk İdare Dergisi*, 437: 27-38.

Öztürk, Y. (2013). Destinasyon Tanımı ve Özellikleri, (Editör) Yeşiltaş, M.: *Destinasyon Yönetimi* içinde (ss.2-17) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

Paraskevas, A., Altınay, L., McLean, J. and Cooper, C. (2013). Crisis Knowledge in Tourism: Types, Flows and Governance. *Annals of Tourism Research*, 41: 130-152.

Presenza, A., Del Chiappa, G. and Sheehan, L. (2013). Resident Engagement and Local Tourism Governance in Maturing Beach Destinations: Evidence from an Italian Case Study. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2: 22-30.

Prideaux, B. (2000). The Role of The Transport System in Destination Development. *Tourism Management*, 21(1): 53-63.

Reed, M. G. (1997). Power Relations and Community Based Tourism Planning. *Annals of Tourism Research*, 24(3): 566-591.

Renn, O. (2015). Stakeholder and Public Involvement in Risk Governance. *International Journal of Disaster Risk Science*, 6(1): 8-20.

Riege, A. (2005). Three-Dozen Knowledge-Sharing Barriers Managers Must Consider. *Journal of Knowledge Management*, 9(3): 18-35.

Ruhanen, L. M., McLennan, C. L. J. and Moyle, B. D. (2013). Strategic Issues in The Australian Tourism Industry: A 10 –year Analysis of Nanational Strategies and Plans. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(3): 220-240.

Ruhanen, L., Scott, N., Ritchie, B. and Tkaczynski, A. (2010). Governance: A Review and Synthesis of The Literatür. *Turism Review*, 65(4): 4-16.

Sağlık, E. ve Türkeri, İ. (2015). Destinasyon İmajı ve Kişiliğinin Destinasyon Aidiyeti Üzerine Etkisi: Palandöken Kayak Merkezi Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(1): 25-42.

Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2): 1-18.

Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005). Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9: 248-271.

Scholl, H. J. (2001). Applying Stakeholder Theory to E-Government: Benefits and Limits. *Presented at 1st IFIP Conference on E-Commerce, E-Business, and E-Government*, 2001, Zurich, Switzerland. ss. 1-20.

Semerciöz, F., Dönmez, D. and Dursun, M. (2008). Relationships Between Destination Management Organizations and Destination Stakeholders A Research in Regions of Marmara, Aegean and Mediterranean In Turkey. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1): 87-101.

Semerciöz, F., Dönmez, D. ve Dursun, M. (2007). Türkiye'deki İl Destinasyon Paydaşlarının Yarattıkları Problemler, Tehdit-İş birliği Potansiyeline Sahip Paydaşlar ve Uygulanan Stratejiler Üzerine Bir Araştırma. 15. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*. 25-27 Mayıs 2007, Sakarya. ss. 150-157.

Seyahat Acenteleri Yöneticileri Derneği (2013). *Seyahat Acentalarının Sektör Sorunlarını Belirleme Çalıştayı*, 2013 <http://www.sayd.org.tr/files/downloads>. [Erişim Tarihi: 20.06.2018].

Simmons, D. G. (1994). Community Participation in Tourism Planning. *Tourism Management*, 15(2): 98-108.

- Solmaz, C. (2014). Yerel Halkın Bölge Turizmine Bakış Açısının Belirlenmesi: Burdur’da Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10): 91-105.
- Tak, B. (2009). *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları ile İlişkilerinin Yönetimi*. (1. Basım), İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Taşkın, Ç. ve Karadamar, A. A. (2016). Destinasyon Marka Bağımlılığını Etkileyen Öncüler Üzerine Diyarbakır kentinde Bir Araştırma. *PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 12(2): 5-30.
- Tekin, Ö. F. (2016). Alternatif Bir Turizm Türü Olarak Yayla Turizmi ve Bozkır İlçesinin Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Uluslararası Sempozyum: Geçmişten Günümüze Bozkır. Selçuk Üniversitesi Türkiye Araştırmaları Enstitüsü Yayınları: 9, 06-08 Mayıs 2016, Konya, 1093-1108.
- Tinsley, R. and Lynch, P. (2001). Small Tourism Business Networks and Destination Development. *International Hospitality Management*, 20(4): 367-378.
- Türk, A. (2005). Burdur İli Özelinde Doğal, Tarihsel, Arkeolojik ve Kültürel Değerlerin Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Açısından Önemi. I. *Burdur Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 16-19 Kasım 2005, Burdur. ss. 476-483.
- Türkoğlu, M., Gövdere, B. ve Meydan, Ç. (2005). Isparta İli Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1): 29-38.
- Usta, Ö. (2014). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (3. Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Valente, F., Dredge, D. and Lohmann, G. (2015). Leadership and Governance in Regional Tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2): 127-136.
- Vernon, J., Essex, S., Pinder, D. and Curry, K. (2005). Collaborative Policyaking Local Sustainable Projects. *Annals of Tourism Research*, 32(2): 325-345.
- World Tourism Organization. (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Madrid: World Tourism Organization.
- Yavuz, M. C. ve Karabağ, S. F. (2009). Ulusal turizm Tanıtımı ve Pazarlama Yönetimi Örgütlenmesi: Türkiye İçin Bir Model Önerisi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 36: 113-130.
- Yeşiltaş, M. (2013). Destinasyon Geliştirme ve Planlama, (Editör) Yeşiltaş, M.: *Destinasyon Yönetimi içinde* (ss.18-39) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (9. Basım), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, Z. (2007). *Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, Ö. D. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Destinasyon Yönetimi, (Editör) Kozak, M.: *Sürdürülebilir Turizm Kavramları ve Uygulamaları İçinde* (ss.275-291) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, Y., Çizel, B., Çalışkan, O., Özdemir, B. ve Helhel, Y. (2012). “Kitle Turizmine Hizmet Veren Turizm Destinasyonlarında Aktörler ve Aktörler Arası İlişkilerde Belirleyiciler: Antalya Örneği.” 13. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*. 06-09 Aralık 2012, Antalya. ss. 167-179.
- Yılmaz, Y., Yılmaz, Y., Tarcan İçigen, E., Ekin, Y. and Demirel Utku, B. (2009). Destination Image: A Comparative Study on Pre and Post Trip Image Variations. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18: 461-479.
- Yoon, Y., Gürsoy, D. and Chen, J. S. (2001). Validating a Tourism Development Theory with Structural Equation Modeling. *Tourism Management*, 22: 363-372.
- Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.



Yüksel, F., Bramwell, B. and Yüksel, A. (1999). Stakeholder Interviews and Tourism Planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management*, 20: 351-360.

Yüksel, F., Bramwell, B. and Yüksel, A. (2005). Centralized and Decentralized Tourism Governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*. 32(4): 859-866.

Zahra, A. L. (2011). Rethinking Regional Tourism Governace: The Principle of Subsidiarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 19: 535-552.

Zengin, B. ve Eker, N. (2014). Alternatif Turizm Kapsamında Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü: Bir Uygulama. *XIII. Geleneksel Turizm Paneli*, 11 Nisan 2014, İstanbul.

Zhang, H. and Zhu, M. (2014). Tourism Destination Governance: A Review and Research Agenda. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 4(2): 125-128.