



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 1028-1041.

DOI: 10.26677/TR1010.2019.226

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yeşilova Salda'yı Ziyaret Eden Turistlerin Deneyimlerinin İncelenmesi

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

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

Dr. Öğr. Üyesi Utku ONGUN, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Burdur, e-posta: utkuongun@mehmetakif.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0722-6382>

Öz

İnternet ve akıllı telefonların kullanımlarının giderek yaygın bir hal almasıyla, bireyler gerçekleştirmek istedikleri seyahatler veya görmek istedikleri destinasyonlar hakkında daha çok bilgi sahibi olmakta ve elde ettikleri deneyimlerini diğer bireylerle paylaşma olanağı bulmaktadırlar. Bu durum yöreyi ziyaret eden bireylerin satın alma davranışını olumlu veya olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Bu çalışmada Yeşilova Salda Gölü hakkında TripAdvisor web sayfalarında yer alan 708 adet ziyaretçi yorumlarının tümevarımsal içerik analizi yöntemiyle analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yorumlar kategori ve altkategorilere ayrılmıştır. Ayrıca ziyaretçilerin yapmış olduğu yorumlardan doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Yapılan analizler sonucunda yöreyi ziyaret eden turistlerin yörenin ve gölün doğal özelliğine bağlı olarak doğal yapı, göldeki suyun ve çamurun özelliğinden ortaya çıkan sağlık turizmi olanakları, oldukça fazla yapılabilen regreatif faaliyetler, yerel halkın olumlu tutumu, oldukça fazla turist çeken illere yakınlığından doğan coğrafi konum, yöreye özgü yapılan oldukça fazla gastronomik ürünler konularında olumlu deneyim yaşadıkları; taşıma kapasitesinin aşılmasına bağlı çevresel problemler, kanalizasyon, yol, telekomünikasyon gibi alt yapı ve yeme-içme, konaklama gibi üst yapı, aşırı ve gerçeği yansıtmayan bilgilendirme ve alınan hizmetin yetersizliğinden doğan algılanan hizmet kalitesi konularında olumsuz deneyim yaşadıkları bulguları elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist, Turistik Deneyim, Tripadvisor, Yeşilova.

Makale Gönderme Tarihi: 28.07.2019

Makale Kabul Tarihi: 07.10.2019

Önerilen Atıf:

İnanır, A. ve Ongun, U. (2019). Yeşilova Salda'yı Ziyaret Eden Turistlerin Deneyimlerinin İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 1028-1041.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2019, 3(4): 1028-1041.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.226](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.226)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

A Study on the Experience of Tourists Visiting Yeşilova Salda

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

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

Assistant Prof. Dr. Utku ONGUN, Burdur Mehmet Akif Ersoy University, School of Tourism and Hotel Management, Burdur, e-mail: utkuongun@mehmetakif.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0722-6382>

Abstract

Nowadays, with the widespread use of internet and smart phones, individuals get more information about the travels they want to make or about the destinations they want to see and they find opportunities to share their experiences with other individuals. This situation affects the purchasing behavior of the people visiting the region positively or negatively. In this study, it is aimed to analyze 708 visitor comments about Yeşilova Salda Lake on TripAdvisor.com by content analysis method. For this purpose, the comments are divided into categories and sub-categories. In addition, direct quotations from the comments made by the visitors were included. As a result of the analyzes, it was observed that the tourists visiting the region had positive experiences in terms of the natural structure of the tourists visiting the region depends on the natural characteristics of the region and the lake, health tourism opportunities emerging the characteristics of water and mud in the lake, highly regreative activities, positive attitude of local people, very close to the provinces that attract tourists geographical location and many gastronomic products made locally; it was found that tourists had negative experience in environmental problems due to exceeding carrying capacity, infrastructure such as drainage, road, telecommunication and superstructure such as eating and drinking, accommodation, extreme and unrealistic information and perceived service quality of service emerging lack of service.

Keywords: Tourist, Touristic Experience, Tripadvisor, Yeşilova.

Received: 28.07.2019

Accepted: 07.10.2019

Suggested Citation:

İnanır, A. and Ongun, U. (2019). A Study on the Experience of Tourists Visiting Yeşilova Salda, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 1028-1041.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Web tabanlı iletişim platformları tüketicilerin bir ürünü tercih etmeden önce başvurdukları önemli enformasyonlardan birisi olmuştur. Özellikle turizm faaliyetlerine katılacak turistler için bir bölge hakkında internet ortamında yapılmış olumlu/olumsuz değerlendirmeler, turistlerin tercihlerini etkilemeye başlamıştır. Aynı zamanda bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen olumlu adımlar, sektörde ve turistlerin davranışlarında etkili rol oynamaya başlamıştır (Çuhadar ve Akçıl, 2018: 2). Günümüzde çevrimiçi müşteri değerlendirmeleri, turistlerin deneyimleri hakkında olumlu veya olumsuz dijital izler bırakarak, bireylerin seyahat ve konaklama kararlarını etkileyen bilgi kaynakları haline gelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte, turistler bilgi edinmek, çevrimiçi yorumları incelemek ve değerlendirmelerde bulunmak amacıyla yoğun bir şekilde internet tabanlı platformları kullanmaya başlamıştır. Turistik ürünlerin soyut özellikte olması ve ürünlerin satın alma öncesinde değerlendirilememesi gibi nedenler, bireyler arası etkileşimin önemini artırmıştır (Çuhadar vd., 2018: 235). Bir işletme veya bölge hakkındaki olumlu yorumlar turistlerin buraları tercih etmelerine neden olmaktadır.

Bu çalışmada, Tripadvisor adlı internet tabanlı seyahat ve turizm web sayfalarında yer alan Burdur ili Yeşilova ilçesindeki Salda Gölü'ne yönelik yapılan çevrimiçi değerlendirmeler analiz edilmiştir. Çalışmada, Yeşilova Salda Gölü hakkında TripAdvisor.com'da yer alan 708 adet müşteri yorumlarının tümevarımsal içerik analizi yöntemiyle sınıflandırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yorumlar kategori ve altkategorilere ayrılmıştır. Ayrıca ziyaretçilerin yapmış olduğu yorumlardan doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

TURİSTİK DENEYİM

Üretim ile tüketimin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan (Tümer Kabadayı ve Koçak Alan, 2014: 205) deneyim, günümüze değin birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde ifade edilen bir kavramdır. Bu doğrultuda deneyim, duygulardan yola çıkarak varlıkların, fikirlerin anlaşılmasını ya da bireylerin olaylara veya aktivitelere dahil edimesini ve bu durumlardan elde ettikleri birikimleri ortaya koyan bir kavramdır (Kara ve Çicek, 2015: 178). Diğer bir ifadeyle deneyim, ekonomik bir katkı sağlayan ve aynı zamanda konuklara eşsiz, unutulmaz, devam ettirilebilir ve anlatılarak sürdürülebilir zamanlar sunan yaşantılar olarak tanımlanmıştır (Pine ve Gilmore, 1998, Pine ve Gilmore, 1999; Walls vd., 2011: 11).

Turistik deneyim ise, üretim ile tüketimin gerçekleşmesiyle meydana gelmektedir. Aynı zamanda genellikle bireysel olarak oluşan karmaşık bir duygu olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısı ile, turizm ürününden elde edilen deneyim, bireysel özelliklere, turistik ürüne ve duruma göre şekil alarak karmaşık bir yapı ortaya koymaktadır (Oral ve Çelik, 2013: 172). Elde edilen tüm deneyimler turistik ürünün zenginleşmesine katkı sağlamaktadır (Atay ve Çeti, 2018: 558). Tanım olarak, en kısa şekliyle inervasyon ile aşinalığın birleşimi olarak ifade edilmektedir (Selstad, 2007: 20). Daha kapsamlı bir tanımda ise turistik deneyim, oteller restoranlar, tur rehberleri gibi turistik hizmet sağlayıcıların ve turistlerin farklı noktalarda verilen hizmet ile etkileşime girdiği, destinasyonun tüketiminin bir dizi olayları kapsadığı bir hizmet şekli olarak ifade edilmektedir (Demir, 2018: 16).

Turistik deneyim, temelinde duygusal etkilenme, bilgilenme, yeneneklerin geliştirilmeye çalışılması ve değişimin ortaya çıkması olmak üzere dört bileşenden ortaya çıkmaktadır. Turistik deneyim süreci ise, oryantasyon, karar verme, ziyareti gerçekleştirme, ziyareti değerlendirme, depolama, yansıtma ve zenginleştirme aşamalarından oluşmaktadır (Oral ve Çelik Yetim, 2015: 474). Bu bağlanma bireyler turistik bir destinasyonu ziyaret etmeden önce elde etmiş oldukları

deneyimlerin ve sonradan kazandıkları bilgilerin etkisiyle seyahatlerine karar vermektedirler. Gerçekleştirmiş oldukları ziyaretin sonucunda da tecrübe ve deneyimlerini zenginleştirerek belirli platformlarda değerlendirebilmektedirler.

Web tabanlı bir seyahat ve turizm platformu olan TripAdvisor üzerinden çevrimiçi yorumları inceleyen çalışmalarda, Kim vd., (2016) turistik deneyimi fiyat, hizmet, atmosfer, genel müşteri değerlendirmesi ve yemek boyutlarında ele almıştır. Doğan vd., (2016) turistik deneyimi atmosfer, fiyat, temizlik, yemek, servis ve personel boyutlarında ele almıştır. Bayram vd., (2017) turistik deneyim boyutlarını destinasyon imajı altında, turistik çekicilikler, doğal çevre, halk, özel etkinlikler, kültür ve sanat, alt yapı, ulaşım, konaklama, bilgi, yiyecek içecek, keyifli, heyecanlı, canlandırıcı ve rahatlatıcı boyutlarında ele almıştır. İstanbullu Dinçer vd., (2018) turistik deneyimin boyutlarını aktivite ve eğlence, manzara ve ambiyans, konum, odalar, hizmet ve personel, yiyecek ve içecek boyutlarında ele almışlardır. Tüm bu araştırmalardan yola çıkarak ve tümevarımsal içerik analizi yöntemiyle bulgularında elde edildiği bu araştırmada turistik deneyim doğal yapı, sağlık, regreatif olanaklar, yerel halk, coğrafi konum, gastronomik ürünler, çevre, alt yapı ve üst yapı, bilgilendirme ve algılanan hizmet kalitesi boyutlarında incelenmiştir.

YEŞİLOVA SALDA GÖLÜ

Burdur iline bağlı olan Yeşilova ilçesinin bir tarafı masmavi Salda gölüyle diğer tarafı da yemyeşil orman ve Eşeler dağıyla çevrilidir. Türkiye'nin en derin ve en temiz gölüne sahip ilçenin, yüzölçümü 1351 km² ve rakımı 1200 metredir. Güneybatı Anadolu'da Göller bölgesinde yer alan ilçe, Göller Bölgesinin karakteristik özelliklerini taşımakta olup, Burdur iline 60 km, Isparta iline 100 km, Denizli iline 95 km ve Antalya iline 160 km uzaklıktadır. İlçeye bağlı 36 köy ve iki belediye bulunmaktadır (Ongun vd., 2016: 80).

Yeşilova ilçesindeki Salda gölü, I. Derecede Doğal Sit alanı olarak 1989 yılında koruma altına alınmış önemli bir destinasyondur. Türkiye'nin en derin (184 metre) ve en temiz gölü olma özelliğine sahiptir (Alpar ve Erdem, 2005: 597; Şenol, 2011: 84). Salda gölünün suyundaki soda ve minerallerin cilt hastalıklarına iyi geldiği yapılan araştırmalarda ortaya konulmuştur (Akova, 2013: 50). Salda Gölü, ormanlarla örtülü tepelerde, kayalık arazi yapısıyla, küçük alüvyal ovalarla çevrili ve hafif tuzlu tektonik bir göldür. Özellikle kış aylarında önemli miktarlarda pasbaş patka ve dikkuyruk kuşlarının barındığı alandır (Ongun vd., 2015: 110). Göl kış aylarında, bünyesinde barındırdığı birçok kuş türü sebebiyle kuş gözlemciliği açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Ayrıca gölde regreatif faaliyetler olarak sportif olta balıkçılığı, rüzgar sörfü ve sualtı dalışları etkinlikleri gerçekleştirilmektedir.

Salda gölü, maviliğiyle ve ormanın yeşilliğinin iç içe girmesi nedeniyle Yeşilova turizmde önemli bir potansiyel ortaya koymaktadır. Yaz aylarında ise özellikle, hafta sonu ve yıllık izinlerde, yurt içi ve yurt dışından pek çok ziyaretçi mesire alanlarında ve plajlarda etkinliklerini gerçekleştirebilme olanaklarına sahiptirler. Aynı zamanda Salda ve Doğanbaba orman içi dinlenme yerleri ve kumsalları kamp ve karavan turizmi etkinliği için önemli bir değeri bünyesinde bulundurmaktadır. Ayrıca Salda Gölü çevresinde doğa yürüyüşleri, dağ tırmanışları, bisiklet binme, kuş gözlemciliği, yamaç paraşütçülüğü ve kış aylarında Kayak Merkezinde kayak yapma olanağı mevcuttur (Ongun vd., 2016: 81-82). Son yıllarda özellikle sosyal medya vasıtasıyla Türkiye'nin Maldivleri/Saldivleri olarak tanınması buraya olan talebi arttırmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI ÖNEMİ VE YÖNTEMİ

Son yıllarda küreselleşme ve teknolojinin gelişmesi gibi etmenlerden dolayı rekabet ortamının gelişmesine bağlı olarak ülkeler yeni turistik ürünler oluşturarak turistlerin farklı istek ihtiyaç ve beklentilerini karşılama yoluna gitmişlerdir. Böylelikle turistler için farklı ürün seçenekleri ortaya çıkmış ve farklı ürünlerin meydana getirilmesiyle yeni turistik destinasyonlar oluşmuştur (Zengin ve Eker, 2014: 3). Bu bağlamda araştırmanın amacı, güçlü bir turistik destinasyon olan Yeşilova Salda Gölü'nü ziyaret edip olumlu veya olumsuz deneyim yaşayan yerli ve yabancı ziyaretçilerin TripAdvisor Web Sitesi üzerinden yapmış oldukları yorumları içerik analizi yöntemiyle analiz etmektir. Araştırma, destinasyonu ziyaret eden turistlerin destinasyon ile ilgili olumlu ve olumsuz turistik deneyimlerini ortaya çıkarması ve bu doğrultuda yöre destinasyon yöneticilerine yol gösterici bir niteliğe sahip olması bakımından önem arz etmektedir. Ayrıca bu konuyu ele alan araştırma sayısının kısıtlı olması çalışmanın önemini daha da arttırmaktadır.

Çalışmada, araştırmanın yapısına uygun olacağı kanaatiyle nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalar, içerik analizi, doküman incelemesi, odak grup görüşmesi, gözlem ve görüşme aracılığı gibi farklı yöntemlerle gerçekleştirilebilmektedir (Merriam, 2013). Bu araştırmada, zaman ve maliyet gibi kısıtlılıklardan dolayı sadece içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda TripAdvisor Web Sitesi üzerinden Yeşilova Salda Gölü ile ilgili yorum yapan yerli ve yabancı ziyaretçilerin yorumları incelenmiş ve içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin daha iyi anlaşılabilmesi amacıyla, bazı ziyaretçilerin yapmış olduğu çevrimiçi yorumlardan elde edilen doğrudan alıntılarla bulgular desteklenmiştir.

BULGULAR

Alternatif turizm kaynakları bakımından zengin olan Yeşilova ile ilgili yorumların çoğunluğu www.tripadvisor.com web sitesinde Salda Gölü adı altında toplanmıştır. Bu doğrultuda 14-05-2013 ile 16-07-2019 tarihleri arasında yörede olumlu veya olumsuz turistik deneyim yaşamış olan turistlerin Türkçe (644 yorum), İngilizce (36 yorum), Rusça (10 yorum), Lehçe (5 yorum), Almanca (3 yorum), Çince (geleneksel) (3 yorum), Fransızca (2 yorum), İspanyolca (2 yorum), Hollandaca (2 yorum) ve İsviççe (1 yorum) dillerinde yapılmış 708 adet yorumlardan oluşturmaktadır. Ziyaretçiler tarafından Yeşilova Salda Gölü için yapılan çevrimiçi değerlendirme sonuçları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Yeşilova Salda Gölü İle İlgili Yapılan Çevrimiçi Değerlendirmelerin Dağılımı

Oylar	(f)	(%)
Mükemmel	418	59
Çok iyi	159	22.5
Ortalama	82	11.6
Kötü	27	3.8
Berbat	22	3.1
Toplam	708	100

Tablo 1 incelendiğinde, ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu % 59'u mükemmel, % 22.5'i çok iyi, % 11.6'sı orta, % 3.8'i kötü ve % 3.1'i de berbat oyu kullanmışlardır. Bu bağlamda yöreyi ziyaret edenlerin büyük çoğunluğunun yöre ile ilgili olumlu düşünceye sahip olduğu ifade edilebilir. Ziyaretçilerin Yeşilova'yı ziyaretlerinden sonra yorumlarından elde edilen kategori ve alt kategorilere ait bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2: Deneyimlere İlişkin Kategori ve Alt Kategoriler

Kategori	Alt kategori
Olumlu deneyim	Doğal yapı
	Sağlık
	Regreatif Faaliyetler
	Yerel halk
	Coğrafi konum
	Gastronomik ürünler
Olumsuz deneyim	Çevre
	Alt yapı ve üst yapı
	Bilgilendirme
	Algılanan hizmet kalitesi

Kategori ve alt kategorilerden oluşan Tablo 2 incelendiğinde ziyaretçilerden elde edilen bulgular doğrultusunda 2 adet kategori ve 10 adet alt kategori meydana gelmiştir. Bu doğrultuda olumlu deneyim altında doğal yapı, sağlık, regreatif olanaklar, yerel halk, coğrafi konum ve gastronomik ürünler; olumsuz deneyim kategorisi altında ise çevre, alt ve üst yapı, bilgilendirme ve algılanan hizmet kalitesi alt kategorileri oluşmuştur. Ziyaretçilerden elde edilen bulguları doğrudan alıntılarla desteklemek adına ziyaretçilere Z1 den Z708'e kadar kodlar verilmiştir.

Bir yörenin turistik ürününü oluşturan önemli unsur doğal yapısı yörenin turist sayısının artmasında ve rekabetinde oldukça etkili olan unsurdur (Kozak vd., 2017: 71-72). Yeşilova yöresine gelen ziyaretçilerin olumlu deneyim yaşamalarında en önemli aunsurlardan biri yörenin doğal yapısıdır. Bu doğrultuda Salda Gölü'nün maviliği ve manzarası, suyunun güzelliği ve temizliği, kumunun rengi ve yöredeki dağların yeşilliği yöreyi ziyaret edenlerin olumlu deneyim yaşamalarında etkili olan doğal yapı unsurları olduğu bulgusu elde edilmiştir.

"İnsanın içini huzur kaplıyor resmen. Gökyüzünün ve gölün maviliği dağların yeşilliği. Eşsiz bir manzara" (Z5).

"Salda Gölü manzarası ve suyunun güzelliğiyle farklı bir yer" (Z42).

"Doğası sessizliği ve tabiki gölün eşsiz rengi ve temizliği" (Z48).

". Doğal güzellik olarak muhteşem" (Z90).

"[...] Ama kumu rengi dağ ile doğaya uyumu tam bir doğa harikası" (Z137).

“Evet, mavi ve beyaz bir çok yerde buluşur. Ama Salda Gölü’ndeki bu buluşma bambaşka. Beyaz ve türevleri, mavinin her tonu ayrı ayrı çok baskın, ama hiç biri bir diğerini ezmeden, üzmeden. Tablo gibi bir bölge” (Z239).

“Muhteşem doğa, beyaz çamur ve suyun rengi iyi bir deneyimdir” (Z599).

“ İnanılmaz güzel manzaralar var” (Z634).

Sağlığa kavuşma veya var olan sağlığı devam ettirme amaçlı ortaya çıkan sağlık turizmi (Albayrak, 2013: 105) Salda Gölü’ndeki çamurun yapısı ve suyun özelliğine bağlı olarak olumlu turistik deneyim bağlamında yörede geliştiği bulgusu elde edilmiştir. Özellikle gölün çamurunun killi özelliği ve gölün suyunun magnezyum ve soda içermesi cilt rahatsızlıklarına, deri hastalıklarına, alerjik hastalıklara ve cildin güzelleşmesine fayda sağladığı bulgusu elde edilmiştir.

“Göl tabanındaki kil cilt de oldukça faydalı şifa niyetine tüm vücuda uygulanabilir” (Z40).

“Bembeyaz ilginç bir kumu var.killi özelliği ile cilt rahatsızlıklarında etkili olduğu söyleniyor” (Z71).

“Gölün suyu magnezyum ve soda içeriyor dibinde beyaz kil var herkes bunla kil maskesi yapıyor” (Z84).

“Şemsiyenizi havlunuzu alın turkuaz suyun keyfini çıkarın. Mineralli su şifa kaynağı” (Z85).

“Kil banyosunu bedava yapabilirsiniz” (Z103).

“Çamur üstelik çok sağlıklı. Hatta tüm vücudunuzu bu çamura bulayın ve güneşte kuruyun. Yıkadıktan sonra cildinizdeki yumuşaklığı inanın hemen farkedeceksiniz”(Z250).

“Krater bir göl olması nedeni ile bol kükürt bulunmakta ve göl etrafında bulunan kükürtlü çamur bir çok deri hastalığına iyi geliyor” (Z354).

“Çamur banyosu alerjik hastalıklara iyi geliyormuş” (Z275).

“Gölün içinden aldığınız çamurla tüm vücudunuzu sıvayın çok güzel sıkılaştırıyor pırl pırl bir cilt istiyorsanız deneyin çokta güzel yüzülüyor” (Z430).

Regreatif faaliyetler bir yörede alternatif turizmin gelişmesinde ve destinasyon yaşamının olgunluk döneminde uzamasında oldukça etkili olan unsurlardır. Yörede Fotoğraf çekme, yürüyüş yapma, kamp yapma, yüzme, piknik yapma, bisiklete binme ve kuş gözlemciliği yapma gibi regreatif faaliyetlerin gerçekleştirilebileceği alanların mevcut olduğu ve bu aktivitelerin ziyaretçiler tarafından gerçekleştirildiği bulgusu elde edilmiştir.

“Fotoğraf çekmek için harika bir yer” (Z3).

“Cok guzel fotoograflar cekebileceginiz, yuruyus yapip temiz hava alabileceginiz” (Z31).

“Antalya’ya giderken uğradık ve 1 gün kamp yaptık” (Z46).

“Yüzmek harika. Derinlik 50 m. mesafede 2m. yi geçmiyor. Suyu sodalı. Yüzmek güzel”(Z62).

“Piknik yapma imkaniniz da var” (Z70).

“Bisiklet ile gölü turlamak yapılabilecek keyfili aktivitelerin başında geliyor” (Z205).

“Kamp, yüzme, piknik için çok elverişli” (Z321).

“Kuş gözlemcilerinin bazı fotoğrafçıların ve gezginlerin özellikle gelip gördükleri bir lokasyonu” (Z353).

“Beyaz kumlar üzerinde çıplak ayakla uzun bir yürüyüş yaptık ve üşüye üşüye bu berrak suya girip yüzdük. İnanılmaz bir deneyim” (Z484).

“Görmeyi hep arzu ettiğim bir gölümüzdü. Gerçekten çok güzeldi, umarım etrafı betonlaşmadan yüzme yerleri yapılır” (Z707).

Bir yörede turizmin gelişmesinde en önemli unsurlardan biri o yörenin yerel halkıdır (Simmons, 1994: 98; İnanır, 2018: 144). Yeşilova'nın yerel halkının ve yerel işletmelerde çalışan kişilerin oldukça misafirperver, iyi niyetli, nazik, gülyüzlü, sevecen, cana yakın ve yardım sever insanlardan oluştuğu bulgusu elde edilmiştir.

“Hemen girişte sol tarafta Eminelim gözleme evinde Emine ve Ayşe ablanın gözlemelerini mutlaka deneyin. Hoş sohbetleri ve misafirperverlikleri ile gönlümüzü fethettiler” (Z57).

“Halkı şahane insanlardır, mutlaka sohbet edin” (Z107).

“Ayrıca Yeşilova ilçesinde çay ikram eden amca, harikası” (Z160).

“Ancak yerli halk o kadar iyi niyetli ki özellikle halk plajında dostlar kahvesinin patronu çalışanları çok iyi insanlar bize bu kadar iyi insanlar varmış delirttiler yalnızca bu kadar iyi insanları görmek için bile gidilebilir” (Z187).

“İşletmeciler yerel halk ve misafirperver, nazik insanlar” (Z235).

“Gölün kendi güzelliği bir yana, bölge insanının ilgi ve gülyüzü de ayrıca takdire şayan” (Z245).

“Restaurantlar yörenin insanları tarafından çalıştırılmakta ve son derec kibar ve misafirperver insanlar” (Z250).

“Yerli halkı inanılmaz sevecen ve tüm işletmecileri ticaretten hiç anlamayan masum Anadolu insanı” (Z282).

“Burdur Salda Gölü kenarındaki bu otel oldukça samimi sahibi Ethem bey gerçekten çok ilgili yardımsever ve arkadaşça davranan birisi” (Z307).

“Çok cana yakın halkı var” (Z574).

“Bölge halkı yardımsever hangi eve gitseniz misafir edilirsiniz” (Z580).

Yörenin elverişli coğrafi konumu yörenin turistler tarafından ziyaretinde etkili olmaktadır (Kozak vd., 2017: 71-72). Yeşilova, Lavanta Köyü olarak bilinen Kuyucak'a, Lisinia Doğa Yaban Hayatı Koruma Rehabilitasyon Merkezine, Akçaköy Lavanta Deresi'ne, Sağalassos Antik Kenti'ne, İnsuyu Mağarası'na, Pamukkale ve Hierapolis Antik Kenti'ne, Fethiye'ye, Kibria Antik Kenti'ne yakın mesafede bulunmasından dolayı coğrafi konum olarak büyük avantaja sahiptir. Diğer bir ifadeyle, oldukça fazla turist çeken Antalya, Muğla, Denizli, Isparta gibi illerin yol güzergahında olması Yeşilova'yı coğrafi konum açısından önemli bir yer haline getirmiş, özellikle bu yöreye gelen turistler tarafından ziyaret edilen bir cazibe merkezi yapmıştır.

“Ben illa ha bu göle gitmek istiyorum diyen varsa çıkışta muhakkak lavanta kokulu köye gitsin, daha çok keyif alırız” (Z176).

“Üstelik Salda'ya gelmişken Burdur il sınırları içindeki Sağalassos Antik Kenti'ni görüp, İnsuyu mağarası'nı gezebilirsiniz. 1,5 saat uzaklıkta da Pamukkale var ” (Z316).

“Fethiyesiniz ve çevreyi gezmekmi istiyorsunuz Salda gölü keşfedilmemiş bir doğa harikası” (Z395).

“Burdur tarafından gidilebildiği gibi, Denizli tarafından Antalya yolu güzergahındanda gidilebilen salda gölü görülmeye değer fazla el değmemiş nadide yerlerden biri” (Z499).

“Pamukkale, Kibya, Salda eşsiz güzelliği ve sadeliğiyle dünyanın yedi harikalarından birisi” (Z587).

“Isparta, Burdur, Antalya ise yakın görmelisin” (Z620).

Alternatif turizm alanlarını özellikle kırsal alanları tercih eden turistlerin buraları tercih etme nedenleri arasında yöresel yemekler, yöresel kültür ve geleneksel yaşam biçimleri oldukça etkilidir. (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008; Ongun vd., 2019: 172). Bu doğrultuda yörede yöreye özgü yapılan gözlemeler, kıymalı tost, kaşarlı etli pide, haşhaşlı dondurma, ceviz ezmesi, alabalık, Burdur şiş ve tahinli pide yörenin önemli gastronomik ürünleri olduğu ve turistler tarafından tercih edilişi bulgusu elde edilmiştir.

“Göl kenarında zaman geçirdikten sonra, köylülerin tezgahlarında hemen gözüünüzün önünde yapılan gözlemeler ve çay harika. Tezgahlarında birçok ürün bulunuyor. Gerçek köy yumurtalarını alın derim” (Z3).

“Bir de yemekleri köyde yeyin... ister kıymalı tost, ister balhan lokantasında Halis abinin kaşarlı etli pidesini” (Z103).

“Köylülerin yörük cadırları şeklindeki tesislerinden gittiğinizde mutlaka hashhaşlı dondurma yemelisiniz. Oldukca orjinal. Ayrıca helvaya benzeyen ceviz ezmesinin de tadına bakılabilir” (Z220).

“Ayrıca alabalık yiyeceğiniz restoranlar var” (Z374).

“Yok üstünde Yeşilova’da yerel bir restoranda Burdur şiş yemenizi tavsiye ederim” (Z454).

“Gitmişken Pideci Sami’den mutlaka Tahinli Pide yiyeceğiniz bayılacaksınız” (Z500).

Yöreye gelen turistlerin olumsuz deneyim yaşamalarında etkili olan çevre, alt yapı ve üst yapı, bilgilendirme ve algılanan hizmet kalitesi alt boyutları meydana gelmiştir.

Turistik destinasyonlar gelişme döneminde aşırı turist akınından dolayı ciddi manada fiziksel taşıma kapasitesinin azalmasına bağlı olarak çevresel problemler yaşayabilmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006: 149). Yeşilova destinasyonunda yer alan Salda Gölü’de gelişme döneminde yer alan bir turistik destinasyon olarak yoğun turist akımı olmasından dolayı ve buna bağlı olarak fiziksel taşıma kapasitesi aşıldığı için ciddi manada çevresel problemler yaşamaktadır. Bu bağlamda yöreye belli dönemde gelen yoğun turist akını, gelen turistlerin çevreye bıraktığı çöpler, düzensiz yapılaşma, görüntü kirliliği ve haşerelerin ortaya çıkarmış olduğu çevresel problemlerin Salda Gölü’nde ortaya çıkmaya başladığı bulgusu elde edilmiştir.

“Kalabalık ve çarpık yapılaşma nedeniyle doğal ortamın bozulması gerçekten endişe verici” (Z15).

“Lakin her popüler yerlerimiz gibi bozulmaya başlamış etrafında inşaatlar, fırsatçılar salmış gidiyor bakalım. Bizim insanımızda klişe tavrını sergilemeye devam ediyor gölün etrafı çöpler ile dolu oturduğunuz yerlere sigara izmaritleri atılmış. Hani Salda Gölünde de “Salmışız kendimizi” (Z19).

“Bu güzellikteki doğa harikasına resmen insan eliyle ciddi anlamda zarar veriliyor. Gölün etrafı düzensizce, bakımsız bir şekilde konaklamaya açılmış. Hayrete düştük gördüklerimiz karşısında. Resmen çöplük” (Z81).

“Su çok güzel ancak çevrede çok kıyafetle giren insan bulunduğunu söyleyebilirim. Görüntü kirliliği olabiliyor” (Z207).

“Ancak biz karasineklerden rahatsız olduk” (Z253).

Bir turistik denstasyonun gelişmesinde alt yapı ve üst yapı unsurları oldukça etkili olan etmenlerdir. Ulaşım, kanalizasyon, 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). Bu konuda Yeşilova Salda Gölü destinasyonu alt yapı olarak incelendiğinde kanalizasyon, yol ve telekomünikasyon konularında; üst yapı olanakları incelendiğinde ise,

yemek yeme ve konaklamada ve buralarda hijyen konularında ciddi problemlerin olduğu bulgusu elde edilmiştir.

“Tesis eksikliği var” (Z13).

“Ulaşın için kullanılabilir yol hem Burdur geliş yönü, hem de Denizli yönü kötü. Göl çevresinde tesis falan beklemeyin öyle bir şey yok” (Z23).

“Yemek yiyecek bir yer bulmanız mümkün değil, kalacak yer deseniz zaten iki tane düzgün oteli var, onda da zaten yer olmuyor. Pansiyonlar berbat ötesi bir durumda” (Z55).

“Ancak ne bir tuvalet ne bir kabin ne doğru dürüst bir tesis var” (Z109).

“Tesis, yeme-içme, temizlik ve turizm hizmeti gibi birçok alanda eksiklikler var ve gelişmesi gerekiyor” (Z170).

Etrafta bir kaç çay bahçesine benzer mekan bulunuyor, tuvalet yetersiz” (Z255).

“Yeme içme kısmında ciddi sorun var. Göl çevresinde bir kaç restoran var. Fakat hijyen ve lezzet olarak baidiğında gidilebilecek bir yer yok” (Z336).

“Vodafone resmen çekmiyordu. Diğer operatörlerin de farksız olduğunu duyduk” (365).

Bir turistik destinasyonda reklam ve tanıtım faaliyetleri altında gerçekleştirilen bilgilendirme hizmetleri turistlerin destinasyonu tekrar ziyaretinde oldukça önemlidir. İnanır (2018)'de gerçekleştirmiş olduğu araştırmasında alt yapı ve üst yapı ile reklam tanıtım arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Bu doğrultuda alt yapı ve üst yapı gelmeden gerçekleştirilen reklam ve tanıtım turistlerin yöreyi tekrar ziyaret etmelerini olumsuz etkilemektedir. Özellikle Salda Gölü ile ilgili yapılan bilgilendirme faaliyetlerinin alt ve üst yapı tam gelişmeden yapıldığı için ve bazı bilgilendirme faaliyetlerinin gerçeği yansıtmaması durumlarından dolayı, ziyaretçilerin yöreyi tekrar ziyaret etmelerinde ve tavsiyelerinde problemlerin olabileceği bulgusu elde edilmiştir.

“Bence fazla reklamı yapılan bir yer.. Rotamızdan 2 saat gidiş, 2 saatte dönüş toplam 4 saatimizi verdiğimiz ve yorulduğumuza değmeyen bir yermiş. Birincisi navigasyon gölün çok alakasız yerine götürüyor. Bu yorumu okuduktan sonra gitmeyi planlayanlar varsa navigasyonu gölü gördükten sonra bırakın gördüğünüz ilk halk plajına girin.... İkincisi madem reklamı bu kadar yapılıyor birazda bakım yapılsaymış keşke!” (Z24).

“Hiç ama hiç gelişmemiş burası, Allahın yaratılıştan verdiği başka birşey bulamadık burada. N olur burayı Maldivlere benzetmeyelim” (Z45).

“Bizde YouTubeda paylaşılan video'lara ve Google'daki resimlere bakarak gitmeye karar verdik. Ama maalesef umduğumuzu bulamadık” (Z73).

“Valla bence çok da şaapmayın. Dronu olan birkaç gezgin üstten güzel fotoğraf çekti diye tüm ülke olarak mest olduk ama gerçekten çok beklenti ile gitmeyin, üzülmeyin” (Z251).

“Salda gölüne büyük beklentilerle geldik. Ama duyduğum ve okuduğum yorumlar abartılmış. Evet güzel ama olağanüstü değil” (Z431).

Algılanan hizmet kalitesi, tüketicilerin beklentilerinin gerçekleşen hizmetin performansı ile beklentinin kıyaslanması sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, beklenen ve algılanan hizmetin performansı arasındaki bir kıyaslanmanın sonucu olarak ifade edilmektedir (Akşit Aşık, 2016: 1162). Bu bağlamda Yeşilova'ya gelen turistlerin yeme içme, konaklama ve kamu işletmelerinden almış olduğu hizmetlerin yetersiz düzeyde olduğu bulgusu elde edilmiştir.

“Yemek desen mideniz almaz. Hele o çadırda kalanların rezilliği görmeye değirdi” (Z55).

“Çadırlar kötü ve pis umumi tuvaletler, sinekler uçuşan bir manava benzer bir satıcı, sineklerin konduğu yağlı siyah tavalarda tost ve kızartma yapılan kafeler, beyaz kum size gösterilen ancak kum değil gölün sodalı suyundan bazıları beyazlaşmış minik çakıl taşlı sert bir göl tabanı, etraf çöp dolu. Eğer hijyen, temiz ve leziz yemek, rahat arayan bir kişi için berbat pis gitmeye değmez bir yer.. Herşey yalan bir mekan” (Z58).

“[...] Ama bari bakım yapın hizmet şunun insanlara resmen haraç, popüler oldumu hemen gelir hesaplanıyor hizmet “bi ara yapılır işte nolucak” yol yapılıyor daracak park alanları saçma sapan belediye reklam yapıp para kazanmasını biliyorsa hizmette sunmalı” (Z134).

“Yani hizmet yetersiz” (Z157).

Kampçılardan yer, elektrik ve su için herhangi bir ücret talep etmiyor. Ancak hizmetler beklenen düzeyde değil” (Z376).

“Konaklama için yerler var ancak tavsiye edilebilecek kalite de değil” (Z529).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknolojik alanlardaki gelişmelere bağlı olarak seyahat eden bireyler elde ettikleri deneyimleri hızlı bir şekilde kitlelerle paylaşabilmektedir ve kitlelerin satın alma davranışını olumlu veya olumsuz olarak etkilemektedir. Bireylerin yapmış olduğu çalışmaların analiz edilmesi destinasyonların tekrar ziyaret edilebilmesi ve geliştirilebilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, güçlü bir turistik destinasyon olan Yeşilova Salda Gölü’nü ziyaret edip olumlu veya olumsuz deneyim yaşayan yerli ve yabancı ziyaretçilerin TripAdvisor Web Sitesi üzerinden yapmış oldukları yorumları içerik analizi yöntemiyle analiz etmektir. Araştırma, destinasyonu ziyaret eden turistlerin destinasyon ile ilgili olumlu ve olumsuz turistik deneyimlerini ortaya çıkarması ve yöreyi yöneten destinasyon yöneticilerine yol gösterici bir niteliğe sahip olması bakımından önem arz etmektedir.

Araştırmanın yapısına uygun olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş, bulgular doğrudan alıntılarla desteklenmiştir. Bu doğrultuda ziyaretçilerin yöre ile ilgili % 59’u mükemmel, % 22,5’i çok iyi, % 11,6’sı ortalama, % 3,8’i kötü ve % 3,1’i ise berbat oyu kullandığı sonucu ortaya çıkmıştır. Yöre ile ilgili olarak ziyaretçilerin çoğunluğunun olumlu bir deneyim yaşadığı görülmektedir. Ziyaretçilerden elde edilen bulgular doğrultusunda olumlu deneyim altında doğal yapı, sağlık, regreatif faaliyetler, yerel halk, coğrafi konum ve gastronomik ürünler alt kategorileri; olumsuz deneyim altında, çevre, alt ve üst yapı, bilgilendirme ve algılanan hizmet kalitesi alt kategorileri ortaya çıkmıştır.

Salda Gölü’nün maviliği ve manzarası, suyunun güzelliği ve temizliği, kumunun rengi, dağların yeşilliği, suyun doğal yapısından dolayı ortaya çıkan sağlık turizmi potansiyeli, yörede yapılabilen yüzme piknik yapma, kamp yapma, kuş gözlemciliği yapma gibi regreatif olanakların olması, yerel halkın ve işletme çalışanların ziyaretçilere karşı misafirperverliği ve olumlu tutumu, diğer turistik bölgelere yakın olmasından ortaya çıkan coğrafi konumu ve yöreye özgü haşhaşlı dondurma, Burdur şiş, tahinli pide gibi yöresel yemekler yöreye gelen ziyaretçilerin yöre ile ilgili olumlu deneyim yaşamalarında etkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Buna rağmen yöreye aşırı ziyaretçi gelmesine bağlı olarak taşıma kapasitesinin aşılmasından dolayı çevresel problemlerin ortaya çıkması, kanalizasyon, yol ve telekomünikasyona bağlı alt yapı, yeme içme konaklama gibi üst yapı problemleri, alt yapı ve üst yapı tam oluşturulmadan aşırı reklam ve tanıtımın yapılması ve yörede sunulan algılanan hizmet kalitesinin yetersiz olması yöreyi ziyaret eden ziyaretçilerin olumsuz deneyim yaşamalarında etkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. genel olarak değerlendirildiğinde yörenin kendi yapısından kaynaklı turistik değerler ve yerlilerin tutumu yöreyi ziyaret edenlere olumlu deneyim yaşatırken; yöreyi ziyaret

edenlerin olumsuz tutumu ve yöreyi geliştirmede etkili olabilecek kamu ve özel sektör temsilcilerinin tutumlarında yöreyi ziyaret edenlerin olumsuz deneyim yaşamalarında etkili olmuştur.

Elde edilen sonuçlardan yola çıkarak yörede turizmin gelişmesinde etkili olan kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları temsilcilerine ve yörede araştırma yapmayı düşünen diğer akademisyenlere bazı önerilerde bulunulabilir. Bu doğrultuda yörede öncelikle farklı paydaşların yer aldığı bir destinasyon yönetim örgütü oluşturulmalı, Salda Gölü'nün ve Yeşilova ilçesinin doğal yapısı koruma altına alınmalı ve gelecek nesillere kalabilmesi için çalışmalar gerçekleştirilmeli, sağlık turizmi açısından önem arz eden Salda Gölü'nün suyu ve çamuru ile ilgili bilimsel çalışmalar yapılarak bu veriler kamuoyu ile paylaşılmalı, regreatif faaliyetlerin gerçekleştirilebileceği alanlarda bu faaliyetlerin daha etkin ve verimli gerçekleşebilmesi için olanaklar arttırılmalı, yöre halkının turistlere karşı olumlu tutumu yöre ile ilgili yapılan reklam ve tanıtım faaliyetlerinde ön plana çıkarılmalı, oldukça fazla turist çeken ve kalabalık nüfusa sahip olan Antalya, Muğla, Denizli gibi illerden yöreye turist çekilebilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirilmeli, yöreye özgü kıymalı tost, haşhaşlı dondurma gibi ürünlere yönelik patent alma ve coğrafi işaretleme çalışmaları gerçekleştirilmeli aynı zamanda yörenin gastronomi envanteri biran önce oluşturulmalı, yöreden taşıma kapasitesi ölçülerek bu kapasitenin aşılmasına dikkat edilmeli, çevresel problemlerin önlenmesi için çalışmalar gerçekleştirilmeli, yörenin alt yapı ve üst yapı olanaklarının geliştirilmesi için kamu sektörü üzerine düşen görevi yerine getirmeli ve bu konuda özel sektöre teşvikler sunmalı, yörede hizmet sunan işletmelerin sunmuş olduğu hizmetin kalitesinin arttırılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Yörede araştırma yapacak diğer akademisyenlerin özellikle yörenin taşıma kapasitesiyle ilgili çalışmalar gerçekleştirmeleri önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akova, A. (2013). Gökyüzünü Sevdiren Göller, *National Geographic Traveller*, Nisan: 44-52.
- Akşit Aşık, N. (2016). Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Termal Otellerde Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (47): 1161-1168.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpar, Ö. ve Erdem, B. (2005). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Çerçevesinde Burdur Yöresinde Alternatif Turizmi Geliştirme Stratejileri, *I. Burdur Sempozyumu, Bildiriler Cilt 1*: 16 - 19 Kasım, Burdur: 591-599.
- Atay, L. ve Çeti, B. (2018). Temalı Otellerde Konaklayan Turistlerin Deneyimlerinin Belirlenmesi: Botel Örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (1): 555-572.
- Avcıkurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, (Editör) Avcıkurt, C. ve Hacıoğlu, N. Kırsal Turizm İçinde, (ss: 61-83), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bayram, M. Bayram, Ü. ve Kara, M. (2017). Kırgızistan Çevrimiçi destinasyon İmajının Değerlendirilmesi. 3. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, 20-22 Nisan 2017, Kırgızistan: 476-485.
- Çuhadar, M. Köseoğlu, S. ve Gültepe, Ö. (2018). Isparta İlindeki Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Müşteri Değerlendirmelerinin İncelenmesi: Tripadvisor Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (1): 227-239.

- Çuhadar, M. ve Akçıl, A. Ç. (2018). Kalkan Bölgesindeki Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Değerlendirmelerin Analizi: Tripadvisor Örneği, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5 (2): 1-10.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Demir, S. (2018). *Kuşaklar Açısından Unutulmaz Turizm Deneyimleri Algısının Satın Alma Sonrası Davranışlar Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Doğan, S. Güngör, M. Y. ve Tanrıverdi, A. (2016). Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi: Kuşadası'ndaki Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, 9: 1-22.
- İnanır, A. (2018). *Destinasyon Yönetimi Kapsamında Paydaşlar Arası İlişkiler Üzerine Bir Araştırma: Göller Yöresi Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- İstanbulu Dinçer, F. Taşkırın, Ö. ve Aydoğan Çiftçi, M. (2018). Türkiye'deki İlk Cittaslow Dostu İşletme Olan "Yedi Bilgeler"e Yönelik E-Yorumların Değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2): 1-9.
- Kara, M. ve Çiçek, B. (2015). Deneyimsel Pazarlama ve Satın Alma Karar Sürecine Etkisi: Termal Turizm Sektöründe Bir Uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6 (13): 177-200.
- Kim, W. G., Li, J. J. and Brymer, R. A. (2016). The Impact of Social Media Reviews on Restaurant Performance: the Moderating Role of Excellence Certificate. *International Journal of Hospitality Management*, 55: 41-51.
- Kozak, N. Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber* (Çeviren, Turan,S.), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ongun, U. Gövdere, B. ve Çiçek, U. (2016). Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7 (16): 75-88.
- Ongun, U. Gövdere, B. ve Kaygısız Durgun, A. (2015). Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Sorunları ve Çözüm Önerileri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (12): 99-116.
- Ongun, U. İnanır, A. ve Kılınç, O. (2019). Yöresel Yemek Kültürünün Kırsal ve Kültür Turizmi açısından Değerlendirilmesi: Ağlasun İlçesi Örneği. *VII National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium*, 9-20 April 2019 Anamur/Mersin/Turkey.
- Oral, S. ve Çelik Yetim, A. (2015). Deneyimsel Değer, Tüketici Tatmini ve Tüketici Sadakati Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (3): 469-497.
- Oral, S. ve Çelik, A. (2013). Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Estetik Değerleri Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (4): 170-190.
- Pine, J. and Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 97-105.

- Pine, J. and Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a State*, Boston: Harward Business Scholl Press.
- Prideaux, B. (2000). The Role of The Transport System in Destination Development. *Tourism Management*, 21 (1): 53-63.
- Selstad, L. (2007). The Social Anthropology of the Tourist Experience. Exploring the "Middle Role" *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7 (1): 19-33.
- Simmons, D. G. (1994). Community Participation in Tourism Planning. *Tourism Management*, 15 (2): 98-108.
- Şenol, F. (2011). *Turizm Coğrafyası ve Dünya Kültürel Mirası*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tümer Kabadayı, E. ve Koçak Alan, A. (2014). Deneyimsel Pazarlama: Pazarlamadaki Artan Önemi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6 (1): 203-217.
- Walls, A. R., Okumuş, Wang, F. and Wuk Kwun, D. J. (2011). An Epistemological View of Consumer Experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30: 20-21.
- Zengin, B. ve Eker, N. (2014). Alternatif Turizm Kapsamında Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü: Bir Uygulama. *XIII. Geleneksel Turizm Paneli*, 11 Nisan, İstanbul.