

Burdur İli Turizm Stratejisinin Belirlenmesi: SWOT-AHP Uygulaması¹

Ayşe DURGUN KAYGISIZ

Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
aysedurgun@sdu.edu.tr

Utku ONGUN

Yrd. Doç. Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Hikmet Tolunay Meslek Yüksekokulu
utkuongun@mehmetakif.edu.tr

Bekir GÖVDERE

Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
bgovdere@iibf.sdu.edu.tr

Burdur İli Turizm Stratejisinin Belirlenmesi: Swot- Ahp Uygulaması

Öz

İllerin turizm potansiyelinin geliştirilmesinde en iyi stratejinin belirlenmesi kritik öneme sahiptir. Çalışmanın temel amacı Burdur ili turizm sektörü için uygulanacak en uygun stratejinin SWOT-AHP bütünleşik yöntemi ile belirlenmesidir. Bu amaçla daha önceden yapılmış olan SWOT analizi ile ana kriterlerimiz ve alt kriterlerimiz belirlenmiştir. Bu kriterler doğrultusunda dört alternatif strateji geliştirilmiştir. Sonraki aşamada SWOT matrisi hiyerarşik bir yapıya dönüştürülerek Analitik Hiyerarşi Yöntemi oluşturulmuş ve çözümlenmiştir. Buna göre Burdur ili turizmi için uygulanacak en iyi stratejinin doğal çevreyi korumak olduğu tespit edilmiştir. Alternatif turizm imkânlarını değerlendirmek ise ikinci en iyi strateji olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Burdur, Burdur İli Turizmi, Turizm Stratejisi, SWOT-AHP Bütünleşik Yöntemi.

Determination Of Tourism Strategy For Burdur Province: An Application Of Swot-Ahp

Abstract

Determining the best strategy in developing tourism potential of cities has a fundamental importance. Main aim of this study is to identify the best strategy for Burdur province using SWOT-AHP combined approach. For this purpose, we determine the key criteria and the subcriteria by using previously made SWOT analysis. In accordance with these criteria, four alternative strategies have been developed. By transforming the SWOT matrix to a hierarchical structure, Analytical Hierarchy approach has been established and analysed in next stage. According to our results, the best strategy for Burdur province is to protect the natural environment. Second best strategy is to utilize alternative tourism opportunities.

Keywords: Burdur, Burdur Tourism, Tourism Strategy, SWOT-AHP Analysis

Geliş Tarihi / Received: 28.04.2015 Kabul Tarihi / Accepted: 24.06.2015

¹ Bu makale 1. Burdur Teke Sempozyumunda yayınlanmış olan "Burdur İli Turizm Potansiyeli ve Swot Analizi" başlıklı bildirinin AHP yöntemi ile genişletilmiş halidir.

1. Giriş

Turizm sektörü dünyadaki çoğu insanı ister üretici isterse tüketici konumunda olsun doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Bundan dolayı, turizm olayı doğrudan veya dolaylı olarak birçok sektörle iç içedir. Turizm sadece seyahat ve konaklama süreçlerinden meydana gelmemektedir. Turistler, seyahat ve konaklama haricinde de değişik harcamalarda (yeme içme, hediyelik ürün alma gibi) da bulunmaktadır. Ülkeye ya da bölgeye gelen turistler yaptıkları bir harcama ile çarpan etkisi oluşturarak turizm dışı sektörleri de canlandırmaktadırlar. Bu ve buna benzeyen nedenlerden dolayı gelişmekte olan bölgelerde var olan turizm potansiyellerinin değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Çünkü, turizme yapılan her yeni yatırım konaklama, inşaat, ulaşım, gıda, hediyelik eşya vb. sektörlerin canlanmasına ve gelirlerin artmasına neden olmaktadır. Turizmin bu katkılarından faydalanabilmek için ildeki turizm sektörünün iyi analiz edilmesi, eksiklerinin giderilmesi ve fırsatlarının değerlendirilmesi gerekmektedir.

Çalışmada öncelikli olarak ilin turizm arzı ve talebi hakkında genel bilgiler verilmiş ve ilin turizm potansiyeli değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme Burdur ilindeki otel işletmecileri, turizm il müdürlüğü, üniversitenin turizm bölümü öğretim üyeleri ve bölgedeki yetkili kişilerle yapılan nitel ve nicel araştırma yöntemlerinden elde edilen verilere dayanmaktadır. Daha sonra ise, ildeki yetkili kişilerle yapılan birebir görüşmelerden elde edilen bilgiler ışığında il turizminin SWOT analizi hazırlanmıştır. Çalışmamızın ildeki turizm temsilcileri ile yüz yüze görüşülerek yapılmış olması, hem verilere ilk elden ulaşılması, hem de daha ayrıntılı sonuçlar elde edilebilmesi açısından önem arz etmektedir. Hazırlanan SWOT analizi ışığında ili turizm açısından geliştirebileceği düşünülen dört ayrı strateji oluşturulmuştur. Son olarak elde edilen bulgular çok kriterli bir değerlendirme yaklaşımı olan Analitik Hiyerarşi Yöntemi (AHP) ile karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiş ve her birinin öncelik değerleri hesaplanmış ve belirlenen stratejilerden en önemlisi belirlenmiştir.

2. Burdur İli Turizm Arz ve Talep Potansiyeli

Burdur, Antalya, Muğla, Denizli, Afyon ve Isparta illeriyle çevrili olup, antikçağda İsavria, Lykonía ile doğudan, Pampbylia ile güneyden, Likya ve Karia ile batıdan Firigya ve Galatia ile kuzeyden çevrili Pisidia antik coğrafyasında bulunmaktadır*. Günümüzde ise Akdeniz bölgesinden Ege, İç Anadolu ve Orta Anadolu bölgelerine geçiş güzergahında yer almaktadır.

* <http://www.burdur.gov.tr/burdur-muzesi.asp>, (25.02.2015)

İlde aşağıda kısa tanımları verilen farklı turizm aktiviteleri yapılmaktadır:**

Göl turizmi: Göl bakımından oldukça zengin olan ilde Burdur, Salda, Karataş, Yarışlı, Gölhisar gölleri ile Karacaören ve Yapraklı Baraj gölleri bulunmaktadır. Bu göllerde çeşitli kuş ve balık türleri barınmaktadır. Dikkuyruk kuşları için dünyadaki en önemli sulak alanlar içinde Burdur Gölü ilk sırada yer almaktadır. Ayrıca bazı göllerde yelken sporu ve su altı dalışı yapılabilmektedir. Buna ek olarak bazı baraj göllerinin etrafında bisiklet ve yürüyüş turizmine yönelik doğal parkur ve yürüyüş yolları bulunmaktadır.

Mağara turizmi: İlde İnsuyu, Sefer Yitiği ve Kızılın mağaraları bulunmaktadır. Bu mağaralarda sarkıtlar, diktler ve dehlizler bulunmaktadır. Bunların içerisinde turizm amaçlı kullanılan, ziyarete açılan İnsuyu Mağarasıdır. İnsuyu mağarasında etkileyici güzellikte sarkıt, dikit ve dehlizlerin yanı sıra değişik boyutlarda dokuz adet gölcük yer almaktadır. Yer altı dereleri ve gölleri ile gerek ülkemizin, gerekse Burdur ilinin ulusal ve uluslararası turizm pazarında en etkili turistik ürün ve çekim kaynağı olan İnsuyu Mağarası içerisindeki gölcükler son yıllarda kurumuş ve su seviyesinin yaklaşık yarısını kaybettiği göze çarpmaktadır (Gürdal, 2005: 554).

Dağ turizmi: Yörük kültüründe önemli olan yaylalar dağ turizmi içerisinde değerlendirilebilir. İlde Böğdürek, Kozpınarı, Kocayayla, Yusufça, Kozagaç, Çamoluk, Kumar, Kestel, Kırkpınar, Kirazlı, Tınaztepe ve Eşeler gibi çok sayıda yayla mevcuttur. Bu yaylalardan turizm merkezi olan tek yayla ise Tınaztepedir. Fakat diğer yaylalar turizm merkezi ilan edilmemiş olmasına rağmen, bazılarında yayla şenlikleri düzenlenmekte ve yaz aylarında kamplar kurulmaktadır (Atayeter vd., 2013: 35). Ayrıca, Burdur'un güneydoğusunda yer alan Susamlık tepesindeki piknik alanları ilin kuşbakışı seyredilebilen seyir teraslarının bulunması nedeniyle turizm potansiyeli yüksek mesire yeridir (Yılmaz, 2005: 574).

Kış (kayak) turizmi: Eşeler dağı Tınaztepe merkezinde bulunan Salda kayak merkezinde farklı uzunluklarda beş adet pist bulunmaktadır. Ayrıca iki kişilik teleski, koşu ve biatlon yapmaya müsait araziler bulunmaktadır.

Beşeri turizm değerleri: Turizm merkezlerinin oluşmasında rol oynayan en önemli beşeri faktörlerden biri de tarihi ve kültürel değeri olan antik kentin kalıntılarıdır. Hacılar ve Kuruçay höyük yerleşmeleri, Tymbrinassos, Sagalassos, Cibyra, Kremna, Bubon ve Balbura gibi antik kent kalıntıları, Susuz Han ve İncir kervansarayları ile Taşoda, Kocaoda (Bakıbey Konağı), Çelikbaşlar evi ve Mısırlılar evi gibi Tarihi Türk evleri, Selimoğlu, Hıdırlık ve Onacak türbeleri, Baltaoğlu

** <http://www.burdurkulturturizm.gov.tr/-TR,70112/turizm-aktiviteleri.html>, (25.02.2015)

Hamamı, Tabak Hamamı, Ulu Cami Burdur İli'nin çok çeşitli tarihi ve kültürel turizm değerlerine sahip olduğunu göstermektedir (Yılmaz, 2005: 575).

Folklorik Değerler, Gelenek ve Görenekler: Folklor, halka ait olan her şeyi içine alır. Çoğu zaman sözlü olarak nesilden nesile geçen ve bu sırada yeni koşullara göre değişen yeni edebiyat ürünleri, halk destanları, masallar, hikâyeler, fıkralar, türküler, temsili sözler, tekerlemeler, yaşam ve doğanın çeşitli olaylarına ait inançlar folklorun konusudur. Gelenek, uzun bir süre boyunca kuşaktan kuşağa aktarılan efsaneler, olaylar, öğretiler, alışkanlıklar vb. unsurların tamamıdır. Görenek ise, bir şeyi eskiden beri yapıla geldiği biçimde yapma alışkanlığı, eskiden beri sürdürülene uygun tutum ve davranışlar bütünüdür. Burdur ili, folklorik değerler, gelenek ve görenekler bakımından oldukça ilgi çekici özelliklere sahip illerimizden biridir (Türk, 2005: 481).

Türk motifleri ile işlenmiş kilim ve halılar, şifalı sular, kıvrak Teke Yöresi musikisi, Burdur folkloru (Akça, 2005: 516), yerel ekonomik ürünler, el sanatları, yerel mimari ve yerel yemekler Burdur ilinde turizmin gelişmesine yardımcı olacak önemli etmenlerdir (Ceylan, 2014: 239). Ayrıca, Ağlasun ilçe sınırları içinde bulunan TaTuTa (Tarım-Turizm-Takas) çiftlikleri ile birlikte il, kırsal turizm açısından önemli bir yere sahiptir (Ongun ve Gövdere, 2014: 53). Bazı köylüler bu çiftliklerde yerli turistlere konaklama imkanı sağlamak ve yetiştirdikleri ürünleri ziyaretçilere sunmaktadırlar (Akça, 2005: 516).

Yukarıda belirtilen turizm türlerinden ayrı olarak ilde kuş gözlemciliği, botanik turizmi ve av turizmi de yapılmaktadır. Ayrıca Burdur Arkeoloji Müzesi ülkemizde sayılı müzeler arasında yer aldığı için kültürel amaçlı turistler de ilgi göstermektedirler.

3. SWOT -AHP Analizi

İlk olarak 1970'lerde işletme yönetimi amacıyla kullanılmaya başlanan SWOT analizi, günümüzde birçok alanda kullanılmaktadır. Analiz yapma ve planlama aracı olarak görülen SWOT analizinde amaç mevcut durumu her yönüyle ele alarak geleceğe yönelik bir strateji belirlemektir. Bunu yaparken iç faktörlerden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönler ile çevresel (dış) faktörlerden kaynaklanan tehdit ve fırsatları doğru şekilde tespit etmek gerekmektedir. Stratejik faktörler olarak adlandırılan ve SWOT analizini oluşturan iç ve dış faktörler işletmenin/ sektörün geleceği için en önemli unsurlardır (Kurtilla vd., 2000: 42). Böylelikle güçlü yönlerini kullanarak fırsatlardan daha iyi yararlanmayı, zayıf yönlerini dikkate alarak tehditlerin etkisini azaltmayı sağlamaktadır.

Bir işletmenin, organizasyonun veya bir sektörün verimliliğinin artırılabilmesi için güçlü ve zayıf yönlerinin iyi bilinmesi ve ileride ortaya çıkabilecek fırsatlar veya tehditlerin saptanması gerekmektedir. Böylelikle ileride nasıl bir strateji

uygulanması gerektiği daha kolay belirlenecektir. Çünkü, SWOT analizi en iyi stratejiyi seçmek değil, uygulanması mümkün olan alternatif stratejiyi geliştirmek amacıyla yapılmaktadır (Doğan ve Sözbilen, 2014: 99). Bu özelliğinden dolayı stratejik planlama süreçlerinin çoğunda SWOT analizi kullanılmaktadır (Bernroider, 2002: 564).

1977 yılında Profesör Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen AHP, karar verme problemlerinin çözümünde yaygın olarak kullanılan çok kriterli karar problemlerinin modellenmesini sağlayan yöntemdir. Yöntem karmaşık problemleri; problemin ana hedefi, kriterleri, alt kriterleri ve alternatifleri arasındaki ilişkiyi modellemektedir. Bu yöntemin en önemli özelliği karar vericinin objektif ve subjektif yargılarını bir arada kullanabilmesidir. Buna ek olarak bu yöntemde, hem nitel hem de nicel değişkenler kullanılarak karar problemleri matematiksel bir yöntemle çözümlenmektedir. Özet olarak AHP, bilginin, deneyimin, bireyin düşüncelerinin ve önsezilerinin mantıksal bir şekilde birleştirildiği bir yöntemdir (Kuruüzüm ve Atsan, 2001: 89).

Karışık, anlaşılması güç veya yapılaşmamış sorunlar için kullanılan AHP yöntemi, hiyerarşilerin oluşturulması, üstünlüklerin belirlenmesi, mantıksal ve sayısal tutarlılık olmak üzere üç temel prensip üzerine kurulmuştur (Güner ve Yücel, 2007: 74). Bununla birlikte, çok kriterli karar problemlerinin AHP ile modellenmesinde; problemin tanımlanması, kriterlerin belirlenmesi, alternatiflerin ortaya koyulması, hiyerarşik ağaç diyagramının çizilmesi, kriter ağırlıklarının belirlenmesi, alternatiflerin her kritere göre puanlanması, her alternatifin çok kriterli puanının elde edilmesi, genel puanların karşılaştırılması ve en iyi alternatifin seçilmesi aşamaları gerçekleşmektedir (Ulucan, 2007: 358).

AHP'de problem hiyerarşik bir şekilde yapılandırılır. Hiyerarşinin en üst tepesinde amaç, orta kısmında ana ve alt kriterler, en alt kısmında ise alternatifler yer almaktadır. Buradaki amaç, kriterleri kullanarak en iyi alternatifin seçilmesini sağlamaktır. Bu doğrultuda ikili karşılaştırma matrisleri oluşturulur. İki faktörden birinin diğerine göre daha fazla tercih edilmesi veya üstünlüğünün ortaya konmasına ikili karşılaştırma denir. Bu matrisler karar vericinin kendi yargılarına dayanmaktadır. Karar verici bu kararı verirken Saaty'nin oluşturduğu 1-9 ölçeğine göre (Tablo 1) değerlendirmesini yapmaktadır.

Tablo 1. Önem Dereceleri ve Tanımları

Önem derecesi	Tanım	Açıklama
1	Eşit önemli	İki faaliyet amaca eşit düzeyde katkıda bulunur
3	Birinin diğerine göre çok az önemli olması	Tecrübe ve yargı bir faaliyeti diğerine çok az derecede tercih ettirir
5	Kuvvetli derecede önemli	Tecrübe ve yargı bir faaliyeti diğerine kuvvetli bir şekilde tercih ettirir
7	Çok kuvvetli düzeyde önemli	Bir faaliyet güçlü bir şekilde tercih edilir ve baskınlığı uygulamada rahatlıkla görülür
9	Aşırı derecede önemli	Bir faaliyetin diğerine tercih edilmesine ilişkin kanıtlar çok büyük bir güvenilirliğe sahiptir
2,4,6,8	Ortalama değerler	Uzlaşma gerektiğinde kullanmak üzere yukarıda listelenen yargılar arasına düşen değerler

Kaynak: Saaty,1990: 15

Matrislerin öncelik değerlerinin bulunması için öncelikle normalize edilmeleri gerekmektedir. Normalize işlemi için her sütunun toplamı alınmakta ve matriste yer alan her bir değer bulunduğu sütunun toplamına bölünmektedir. Böylelikle normalize edilmiş değerlerin her satırının ortalaması alınarak öncelik değerlerine ulaşılmaktadır.

Kişilerin kendi yargılarına bağlı olan matrislerin tutarlı olup olmadıkları önem arz etmektedir. Bu nedenle, bir sonraki aşamada matrislerin tutarlılık oranları (TO) hesaplanmaktadır. Tutarlılık oranı, $TO = Tİ / Rİ$ formülü ile hesaplanmaktadır. Tutarlılık oranı 0.10 değerinden küçük veya eşit olmalıdır. Tutarlılık oranı, 0.10'den büyük çıkarsa matrislerin tutarlı olmadığı anlaşılır ve karşılaştırmaların tekrardan gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Rİ: (Rassal indeks) Karşılaştırma matrisinin boyutuna (n) göre değişir. Farklı n değerlerine göre Rİ değeri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tİ: (Tutarlılık indeksi) $Tİ = (\lambda_{max} - n) / (n - 1)$ formülü ile hesaplanmaktadır. Formüldeki n matris boyutunu, λ_{max} ise maksimum özvektörü göstermektedir.

Tablo 2. Rassel İndeks Değerleri

N	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R _i	0.0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

Kaynak: Saaty and Tran, 2007: 966.

3.1. SWOT-AHP Yönteminin Literatürdeki Uygulamaları

SWOT analizinin sayısal olarak ölçülememesi analizin sınırlılığını oluşturmaktadır. Fakat, AHP kullanarak bu durumu ortadan kaldırmak mümkündür. Buna sayısallaştırılmış SWOT analizi denilmektedir. Bu iki yöntemin birlikte kullanıldığı birçok alan ve çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların, ilgili durum tespiti yapılabildiği ve verileri sayısal hale dönüştürebildiği için analiz kolaylığı sağladığı görülmektedir. Bu kısımda turizm alanında yapılmış olan çalışmalar ele alınmaktadır.

Kajanus ve diğerleri (2004), SWOT ve AHP yöntemlerini birlikte kullanarak A'WOT melez metod ismini verdikleri çalışmalarında turizm yönetiminde değer kullanımı odaklı düşünce üzerine durmuşlardır. Almanya ve Finlandiya'daki iki kırsal turizm bölgesi için yaptıkları çalışmada yerel kültürlerin ve geleneksel turizm ürünlerinin kullanımının kırsal turizmde potansiyel bir başarı olabileceğini belirtmişlerdir.

Turizm açısından oldukça önemli potansiyellere sahip ülkemizde, turistlerin kendilerine en uygun turizm beldesi seçimine yönelik çalışma Manap (2006) tarafından yapılmıştır. Sahil bölgelerinden on adet turizm merkezi, yedi kriter bakımından değerlendirilmiş ve AHP ile çözümlenerek turistler açısından en uygun merkez Bodrum olarak bulunmuştur.

Murat ve Çelik (2007), Bartın ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli üç yıldızlı otelleri hizmet kalitesi açısından incelemişlerdir. Çok kriterli karar verme yaklaşımı olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) ile oteller karşılaştırmalı olarak değerlendirilerek en iyi otel alternatifi tespit edilmiştir.

Adıgüzel ve diğerleri (2009), Antalya ili Belek bölgesindeki beş yıldızlı altı konaklama işletmesini incelemişlerdir. Bu oteller arasından müşterilerin öncelikli olarak tercih edebileceği konaklama işletmesini AHP yöntemine göre tespit etmişlerdir.

Jeon ve Kim (2009), çalışmalarında stratejik plan için kritik faktörleri değerlendirmek ve bunların içerisinde Güney Kore-Chunchean turizm destinasyonu için etkili stratejiyi geliştirmek ve kullanmak adına SWOT-AHP yöntemini kullanmışlardır. Karar vericilerin hem içsel hem de dışsal faktörleri değerlendirerek daha kapsamlı sonuçlara ulaştığını belirtmişlerdir.

Wickramasinghe ve Takano (2009), 2004 yılında Hint Okyanusunda ortaya çıkan tsunami sonrası Sri Lanka turizminin canlanma süreci için uygulanacak stratejik pazarlama planını SWOT-AHP melez yöntemi ile değerlendirmişlerdir. Sonuç olarak, etkili bir pazarlama promosyon stratejisi ile birlikte proaktif bir iletişim ve izolasyon stratejisinin gelişen turizm canlanma süreci için uygulanabilir en iyi strateji olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Fabac ve Zber (2011) tarafından yapılan çalışmada SWOT- AHP yöntemi kullanılmış ve Hırvatistan'daki Gornje Medimurje bölgesinin gelecekte turizm oryantasyonun formüle edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla SWOT'un içerisindeki global değerlerden en uygun alternatif strateji kırsal turizm olarak belirlenmiştir.

Gıran Taşcıoğlu (2011) çalışmasında "Oymapınar Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi" için en uygun stratejiyi SWOT-AHP analizi ile belirlemeye çalışmıştır. Öncelikle bölge için SWOT analizi yapmış ve bu analizden dört strateji belirlemiştir. Güçlü yanlar için en uygun stratejinin "AB'nin alternatif turizm türlerine destek vermesi, atıl durumdaki arazilerin turizme kazandırılması ve turizmin tüm yıla yayılması", zayıf yanlar için "Oymapınar ve Manavgat Barajlarının turizm faaliyetlerinden en az zarar görmesi", tehditler, tehlikeler ve fırsatlar için ise "Yatak kapasitesinin azaltılması, alt yapı hizmetlerinin iyileştirilmesi" sonucuna ulaşmıştır².

Analitik hiyerarşi yönteminin kullanıldığı bir başka çalışma Baldemir ve Kurnaz (2013) tarafından yapılmıştır. Söz konusu araştırmacılar çalışmalarında Muğla ilçelerinin turizm potansiyeli açısından sıralaması yapılmış ve turizm potansiyelleri açısından ilçelerin sıralamasında Bodrum ilçesi birinci olmuştur.

Doğan ve Gencan (2013) AHP yöntemi ile en uygun otel seçimi yapmaya çalışmışlardır. Seyahat acente yöneticilerinin bakış açısıyla Kapadokya bölgesinde yer alan beş yıldızlı dört otel arasından en uygun otel seçimini yapmışlardır.

Doğan ve Sözbilen (2014) çalışmalarında Kapadokya bölgesinde bulunan kaya otel işletmelerini ele almışlardır. Kaya otellerin turizm sektörü içerisindeki durumları SWOT-AHP yöntemi ile tespit edilmeye ve bu oteller için en uygun rekabetçi strateji belirlenmeye çalışılmıştır. Elde ettikleri sonuçlara göre, "daha fazla tutundurma faaliyeti ile kaya otellerin eşsiz özelliklerini vurgulamak" en uygun strateji olarak bulunmuştur.

Turizm alanında AHP'nin uygulandığı diğer bir çalışma Sarıoğlu ve Avcıkurt'a (2010) aittir. Çalışmalarında konaklama işletmelerinde tedarikçi seçiminde teorik aşamaların önemi belirlenmiş ve tedarikçi seçiminde analitik hiyerarşi yönteminin uygulanabilirliğine karar verilmiştir.

² Çalışmamız bu analizle benzerlik göstermektedir. Fakat, bu çalışmada her kriter için ayrı bir strateji belirlenmiş iken, çalışmamızda tüm kriterler göz önüne alınarak tek bir strateji belirlenmiştir.

Başka bir çalışmada, Atay ve Özdağoğlu (2008) AHP'yi kullanarak Türkiye'deki dört ve beş yıldızlı otellerin tüketim ürünleri gereksinimlerini sağlayan tedarikçi seçimini etkileyen kriterlerin önem düzeyini belirlemişlerdir.

Manap Davras ve Karaatlı (2014) tarafından otel işletmelerinin tedarikçi seçimi üzerine bir diğer çalışma AHP ve BAHF yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Sonuç olarak, iyi tanımlanmış ve kesin ifadelerin olduğu karar verme problemlerinde AHP'nin kullanılabilceğini belirtmişlerdir.

Yenice (2014) tarafından yapılan bir başka çalışmada, Konya tarihi kent merkezinin turizm odaklı yenileme stratejileri SWOT-AHP yöntemi kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak merkezin turizm odaklı yenilenmesinde güçlü yönlerinin ağırlıklı olduğunu tespit etmişlerdir.

4. Burdur İli Turizm Stratejisinin Belirlenmesi

Bu çalışmanın temel amacı bölgede kazanılan geliri arttırabilmek adına turizm sektörünün detaylı analizini yapmak ve en uygun stratejiyi belirlemektir. Diğer bir ifade ile, turizm sektörünün potansiyellerini ortaya koyarak, güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi, fırsat ve tehditlerinin saptanmasıdır. Ayrıca elde edilen veriler ışığında oluşturulan SWOT analizi kullanılarak oluşturulan dört strateji arasından bölge için gerekli olan en iyi stratejiyi belirlemek çalışmanın öncelikli amacını oluşturmaktadır.

4.1. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Analiz yapılırken ildeki yetkili kişilerle derinlemesine görüşme tekniği (Bal, 2013: 74) ve anket yöntemi kullanılmıştır. Otel işletmecileri, turizm il müdürlüğü, üniversitenin turizm bölümü öğretim üyeleri ve bölgedeki yetkili kişilerle yapılan görüşme ve anket sonucunda veriler elde edilmiş, turizm alanında çalışmaları bulunan öğretim üyeleri ile yapılan toplantılardan elde edilen bu veriler değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler ve SPSS ortamındaki çözümlenmeler neticesinde SWOT analizi oluşturulmuştur³.

Elde edilen SWOT'u sayısallaştırmak için, analitik bir yöntem kullanılarak faktörlerin öncelik değerleri belirlenmiştir. Belirlenen değerler arasında 21 adet ikili karşılaştırma matrisi oluşturulmuştur. Bu matrisler SWOT'u oluşturan 6 ayrı uzman kişi tarafından Saaty'nin 1-9 ölçeğinden yararlanarak doldurulmuştur. Uzman kişiler arasında ortak noktayı bulmak için karşılaştırmalarının geometrik ortalaması alınmış (Ömürbek ve Tunca, 2013: 58-59) ve çalışmanın sonraki aşamaları buna göre yapılmıştır. Oluşturulan veriler Expert Choice paket programı

³ Detaylı bilgi için bakınız: Durgun Kaygısız, Ongun ve Gövdere, (2015).

kullanılarak çözümlenmiştir. Bu doğrultuda Yüksel ve Akın (2006)'nın strateji belirleme yöntemi temel alınmıştır.

4.2. SWOT (GZFT) Analizi ve Stratejilerin Belirlenmesi (Bulgular)

SWOT analizinden elde edilen güçlü ve zayıf yönler ile fırsatlar ve tehditler ana kriterlerimizi oluşturmaktadır. Burdur ilinde çok sayıda doğal (fauna, flora ve alternatif turizm çeşitliliği), tarihi (kervansaray ve antik kentler) ve kültürel değerlerin bulunması, Antalya-Denizli karayolunun geçiş yolu üzerinde olması, Isparta-Burdur sınırında hava limanının bulunması, İlin Teke yöresi ve kültürünün merkezi olması açısından festival ve şenliklerin çokluğu, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde turizm bölümlerinin var olması güçlü yönlerin alt kriterlerini oluşturmaktadır. Zayıf yönlerin alt kriterleri ise; yeterli düzeyde alt yapı (kanalizasyon, yol) ve üst yapının (konaklama) olmayışı, ilin tanıtım ve pazarlama eksikliği nedeniyle seyahat acentelerinin ilgi alanına girmemesi, yöre turizmine yön verecek bir ekibin olmayışı, yöredeki kamu ve yerel yönetimlerin turizmin gelişimi açısından katkısının beklenen düzeyde olmaması, Burdur'a has yerel ürünlerin hatıra ürünlerine dönüştürülememesidir.

Fırsatların alt kriterleri ise; Lisinia Doğa (Anti Kanser-Doğa-Yaban Hayatı) rehabilitasyon merkezinin gelişmesi ve yaygınlaşması, Ağlasun ilçesindeki TaTuTa (Tarım-Turizm-Takas) çiftliklerinin olması ve bu alana olan ilginin artması, bölge turizminin gelişmesine bağlı olarak diğer sektörleri de olumlu yönde etkileyecek olması, 2023 Turizm Vizyonunda bölgenin alternatif turizm kapsamında olması maddelerinden oluşmaktadır. Son olarak tehditlerin alt kriterleri; doğal çevre ve kaynakların tahrip olma riski, mermer ocaklarının doğaya vereceği tahribat, küresel ısınma ve göllerdeki su seviyesinin düşüklüğü, alternatif turizm türleri genellikle yüksek gelir grubu tarafından yapıldığı için yörede negatif sosyo-kültürel etkilenmeye neden olması olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3. Burdur İli Turizm SWOT Matrisi

<p>İç Faktörler</p> <p>Dış Faktörler</p>	<p>Güçlü Yönler*</p> <p>G1: Burdur ilinde çok sayıda doğal (Fauna, flora ve alternatif turizm çeşitliliği), tarihi (kervansaray ve antik kentler) ve kültürel değerlerin bulunması, G2: Antalya-Denizli karayolunun geçiş yolu üzerinde bulunması, Isparta-Burdur sınırında hava limanının bulunması, G3: İlin Teke yöresi ve kültürünün merkezi olması açısından festival ve şenliklerin çokluğu G4: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde turizm bölümlerinin var olması.</p>	<p>Zayıf Yönler*</p> <p>Z1: Yeterli düzeyde alt yapı (kanalizasyon, yol) ve üst yapının (konaklama) olmayışı Z2: İlin tanıtım ve pazarlama eksikliği nedeniyle seyahat acentelerinin ilgi alanında girmemesi, Z3: Yöre turizmine yön verecek bir ekibin olmayışı, yöredeki kamu ve yerel yönetimlerin turizmin gelişimi açısından katkısının beklenen düzeyde olmaması, Z4: Burdur'a has yerel ürünlerin hatıra ürünlerine dönüştürülemediği.</p>
<p>Fırsatlar</p> <p>F1: Lisinia Doğa (Anti Kanser-Doğa- Yaban Hayatı) rehabilitasyon merkezinin gelişmesi ve yaygınlaşması, F2: Ağlasun ilçesindeki TaTuTa (Tarım-Turizm-Takas) çiftliklerinin olması ve bu alana olan ilginin artması, F3: Bölge turizminin gelişmesine bağlı olarak diğer sektörleri de olumlu yönde etkileyecek olması, F4: 2023 Turizm Vizyonunda bölgenin alternatif turizm kapsamında olması.</p>	<p>Alternatif turizm çeşitliliğinin değerlendirilmesi (S1)</p>	<p>Alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi ile diğer sektörlerinde canlandırılması (S2)</p>
<p>Tehditler</p> <p>T1: Doğal çevre ve kaynakların tahrip olma riski T2: Mermer ocaklarının doğaya vereceği tahribat T3: Küresel ısınma ve göllerdeki su seviyesinin düşüklüğü T4: Alternatif turizm türleri genellikle yüksek gelir grubu tarafından yapıldığı için yörede negatif sosyo-kültürel etkilenmeye neden olması.</p>	<p>Doğal çevreyi korumak (S3)</p>	<p>Kamu kurum ve yerel yönetimlerinin turizme bakış açısının geliştirilmesi (S4)</p>

Kaynak: Durgun Kaygısız, Ongun ve Gövdere, (2015), "Burdur İli Turizm Potansiyeli ve SWOT Analizi", 1. Teke Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, Cilt: 1, 4-6 Mart 2015, Burdur, ss: 364-365.

*Daha önceki çalışmamızda güçlü yönler 9, zayıf yönler 7 adet olmasına rağmen çalışmanın kolaylığı ve analizlerin sadeleştirilmesi bakımından birbirine benzer maddeler tek madde altında birleştirilmiştir. Ayrıca bu birleştirmeler yapılırken, maddelerin önem dereceleri ve ağırlıkları uzman kişiler tarafından dikkate alınarak yapılmıştır.

Oluşturulan SWOT matrisinden sonra, bu faktörler temel alınarak aşağıdaki alternatif stratejiler geliştirilmiştir;

S1: Alternatif turizm çeşitliliğinin değerlendirilmesi

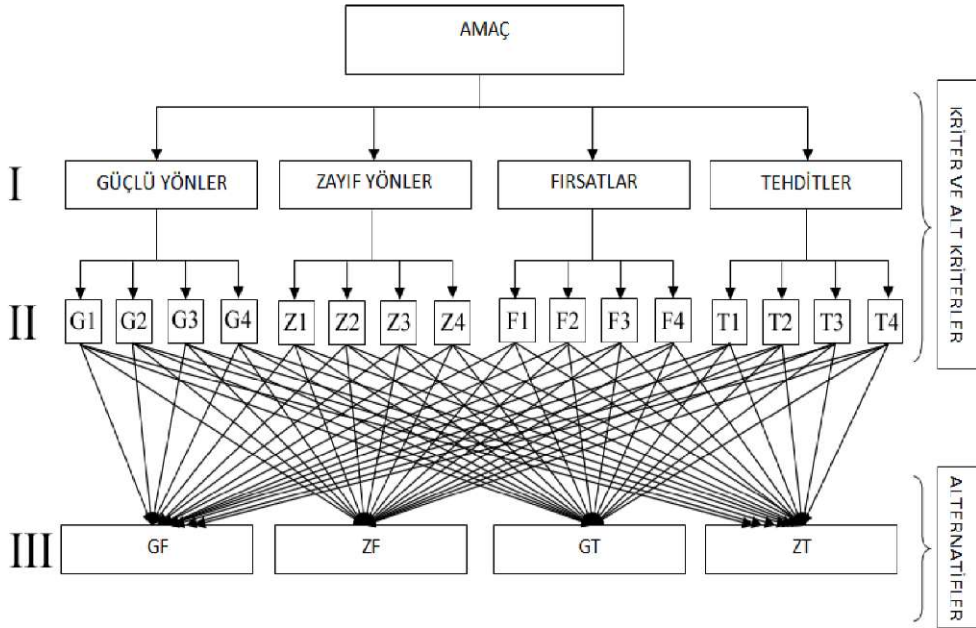
S2: Alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi ile diğer sektörlerinde canlandırılması

S3: Doğal çevreyi korumak

S4: Kamu kurum ve yerel yönetimlerinin turizme bakış açısının geliştirilmesi

Bu stratejilerden hangisinin seçileceğine ilişkin karar AHP yöntemi ile verilmiştir. Bunun için en üstte amaç, ikinci aşamada SWOT'u oluşturan ana kriterler, üçüncü aşamada alt kriterler ve en altta belirlenen stratejilerden oluşan dört aşamalı hiyerarşik yapı Şekil 1'de gösterilmiştir.

Şekil 1: Dört Aşamalı Analitik Hiyerarşi Süreci Modeli



SWOT grubu ana ve alt kriterlerin ikili karşılaştırması Ek 1'de verilmiştir. Modelin çözümü sonucunda elde edilen ağırlıklar, hem ana hem de alt kriterler için Tablo 4'de ayrıntılı olarak gösterilmiştir. Tablo 4'te yer alan yerel ağırlıklar her bir faktör

için yapılan ikili karşılaştırma sonucunda bulunan değerlerdir. Genel ağırlıklar ise SWOT grubu faktörlerinin toplam ağırlık içinde aldığı paylardır.

Ana kriterlerin ikili karşılaştırma matrisinin çözümüne göre güçlü yönler %54, zayıf yönler %13, fırsatlar %25 ve tehditler %8 oranında ağırlığa sahiptir. Tutarlılık oranı ise 0.07 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre, matrisin tutarlı ve Burdur ili turizminin güçlü yönlerinin diğer faktörlere göre daha baskın olduğunu söyleyebiliriz.

Güçlü yönlerin alt kriterlerini oluşturan faktörlerin yerel ağırlıkları; Burdur ilinde çok sayıda doğal (Fauna, flora ve alternatif turizm çeşitliliği), tarihi (kervansaray ve antik kentler) ve kültürel değerlerin bulunması %56, Antalya-Denizli karayolunun geçiş yolu üzerinde bulunması, Isparta-Burdur sınırında hava limanının bulunması %26, ilin Teke yöresi ve kültürünün merkezi olması açısından festival ve şenliklerin çokluğu %12 ve Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde turizm bölümlerinin var olması %6 olarak hesaplanmıştır. Tutarlılık oranı ise 0.04 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre, il turizminin en güçlü yönü, doğal tarihi ve kültürel değerlerin var olmasıdır.

Zayıf yönlerin alt kriterlerini oluşturan faktörlerin yerel ağırlıkları şu şekildedir; yeterli düzeyde alt yapı (kanalizasyon, yol) ve üst yapının (konaklama) olmayışı %51, ilin tanıtım ve pazarlama eksikliği nedeniyle seyahat acentelerinin ilgi alanına girmemesi %27, yöre turizmine yön verecek bir ekibin olmayışı, yöredeki kamu ve yerel yönetimlerin turizmin gelişimi açısından katkısının beklenen düzeyde olmaması %14 ve Burdur'a has yerel ürünlerin hatıra ürünlerine dönüştürülememesi %8'dir. Tutarlılık oranı ise 0.04 olarak hesaplanmıştır. Yeterli düzeyde alt yapı ve üst yapının olmaması il turizminin en önemli zayıflığıdır.

Fırsatların alt kriterlerini oluşturan faktörlerin yerel ağırlıkları; Lisinia Doğa (Anti Kanser- Doğa- Yaban Hayatı) rehabilitasyon merkezinin gelişmesi ve yaygınlaşması %39, Ağlasun ilçesindeki TaTuTa (Tarım-Turizm-Takas) çiftliklerinin olması ve bu alana olan ilginin artması %39, bölge turizminin gelişmesine bağlı olarak diğer sektörleri de olumlu yönde etkileyecek olması %15 ve 2023 Turizm Vizyonunda bölgenin alternatif turizm kapsamında olması %7 olarak hesaplanmıştır. Tutarlılık oranı ise 0.01 olarak hesaplanmıştır. Lisinia doğa rehabilitasyon merkezinin ve TaTuTa çiftliklerinin olması il turizminin en önemli fırsatlarıdır.

Tehditlerin alt kriterlerini oluşturan faktörlerin yerel ağırlıkları; doğal çevre ve kaynakların tahrip olma riski %56, mermer ocaklarının doğaya vereceği tahribat %26, küresel ısınma ve göllerdeki su seviyesinin düşüklüğü %12 ve alternatif turizm türleri genellikle yüksek gelir grubu tarafından yapıldığı için yörede negatif sosyo-kültürel etkilenmeye neden olması %6 olarak hesaplanmıştır. Tutarlılık oranı

ise 0.04 olarak hesaplanmıştır. Doğal çevre ve kaynakların tahrip olma riski il turizmi için en büyük tehdit olarak görülmektedir.

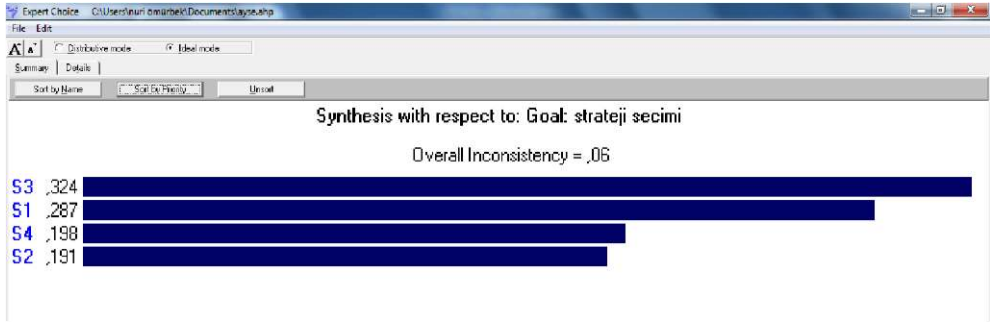
Tablo 4: Ana ve Alt Kriterlerin İkili Karşılaştırma Sonuçları

Ana faktörler	Yerel ağırlıklar	Alt faktörler	Yerel ağırlıklar	Genel ağırlıklar
Güçlü yönler	0.54	G1: Burdur ilinde çok sayıda doğal (Fauna, flora ve alternatif turizm çeşitliliği), tarihi (kervansaray ve antik kentler) ve kültürel değerlerin bulunması	0.56	0.31
		G2: Antalya-Denizli karayolunun geçiş yolu üzerinde bulunması, Isparta-Burdur sınırında hava limanının bulunması	0.26	0.14
		G3: İlin Teke yöresi ve kültürünün merkezi olması açısından festival ve şenliklerin çokluğu	0.12	0.06
		G4: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde turizm bölümlerinin var olması	0.06	0.03
Zayıf yönler	0.13	Z1: Yeterli düzeyde alt yapı (kanalizasyon, yol) ve üst yapının (konaklama) olmayışı	0.51	0.07
		Z2: İlin tanıtım ve pazarlama eksikliği nedeniyle seyahat acentelerinin ilgi alanında girmemesi	0.27	0.03
		Z3: Yöre turizmine yön verecek bir ekibin olmayışı, Yöredeki kamu ve yerel yönetimlerin turizmin gelişimi açısından katkısının beklenen düzeyde olmaması	0.14	0.02
		Z4: Burdur'a has yerel ürünlerin hatıra ürünlerine dönüştürülebilmesi	0.08	0.01
Fırsatlar	0.25	F1: Lisinia Doğa (Anti Kanser- Doğa- Yaban Hayatı) rehabilitasyon merkezinin gelişmesi ve yaygınlaşması	0.39	0.09
		F2: Ağlasun ilçesindeki TaTuTa (Tarım-Turizm-Takas) çiftliklerinin olması ve bu alana olan ilginin artması	0.39	0.09
		F3: Bölge turizminin gelişmesine bağlı olarak diğer sektörleri de olumlu yönde etkileyecek olması	0.15	0.03
		F4: 2023 Turizm Vizyonunda bölgenin alternatif turizm kapsamında olması	0.07	0.02
Tehditler	0.08	T1: Doğal çevre ve kaynakların tahrip olma riski	0.56	0.04
		T2: Mermer ocaklarının doğaya vereceği tahribat	0.26	0.02
		T3: Küresel ısınma ve göllerdeki su seviyesinin düşüklüğü	0.12	0.01
		T4: Alternatif turizm türleri genellikle yüksek gelir grubu tarafından yapıldığı için yörede negatif sosyo-kültürel etkilenmeye neden olması	0.06	0.005

SWOT grubunu oluşturan her bir alt faktörün genel ağırlıkları da hesaplanmış ve Tablo 4'te gösterilmiştir. Buna göre; Burdur ilinde çok sayıda doğal, tarihi ve kültürel değerlerin bulunması %31, Antalya-Denizli karayolunun geçiş yolu üzerinde bulunması, Isparta-Burdur sınırında hava limanının bulunması %14, ilin Teke yöresi ve kültürünün merkezi olması açısından festival ve şenliklerin çokluğu %6 ve Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde turizm bölümlerinin var olması %3, yeterli düzeyde alt ve üst yapının olmayışı %7, ilin tanıtım ve pazarlama eksikliği nedeniyle seyahat acentelerinin ilgi alanında girmemesi %3, yöre turizmine yön

verecek bir ekibin olmayışı, yöredeki kamu ve yerel yönetimlerin turizmin gelişimi açısından katkısının beklenen düzeyde olmaması %2 ve Burdur'a has yerel ürünlerin hatıra ürünlerine dönüştürülememesi %1, Lisinia Doğa rehabilitasyon merkezinin gelişmesi ve yaygınlaşması %9, Ağlasun ilçesindeki TaTuTa (Tarım-Turizm-Takas) çiftliklerinin olması ve bu alana olan ilginin artması %9, bölge turizminin gelişmesine bağlı olarak diğer sektörleri de olumlu yönde etkileyecek olması %3 ve 2023 Turizm Vizyonunda bölgenin alternatif turizm kapsamında olması %2, doğal çevre ve kaynakların tahrip olma riski %4, mermer ocaklarının doğaya vereceği tahribat %2, küresel ısınma ve göllerdeki su seviyesinin düşüklüğü %1 ve alternatif turizm türleri genellikle yüksek gelir grubu tarafından yapıldığı için yörede negatif sosyo-kültürel etkilenmeye neden olması %0.5 alt kriterlerin genel ağırlıklarıdır.

Şekil 2: Burdur İli Turizm Stratejinin Belirlenmesi



Şekil 2'de ilin en iyi turizm stratejisinin belirlenmesine yönelik Expert Choice programının çıktısı sonucu verilmiştir. Tablo 5, yukarıdaki şekle göre hazırlanmıştır. Tabloya göre ilin turizm açısından uygulayacağı en önemli strateji %32 ile doğal çevreyi korumak olmalıdır. Sonra sırasıyla %29 ile alternatif turizm çeşitliliğinin değerlendirilmesi, %20 ile kamu kurum ve yerel yönetimlerinin turizme bakış açısının geliştirilmesi ve %19 ile alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi ile diğer sektörlerinde canlandırılması stratejileri yer almaktadır. Tutarlılık oranı 0.06 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 5: Alternatif Stratejilerin Ağırlıkları

Alternatif stratejiler	Ağırlıkları
Alternatif turizm çeşitliliğinin değerlendirilmesi	0.29
Alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi ile diğer sektörlerinde canlandırılması	0.19
Doğal çevreyi korumak	0.32
Kamu kurum ve yerel yönetimlerin turizme bakış açısının geliştirilmesi	0.20
Tutarlılık oranı: 0.06	

Turizm sektörü üç çevresel faktörü kullanarak talep ögesine dönüşmektedir. Bu faktörler; deniz kıyıları, ormanlık alanlar, ulusal parklardan vb. oluşan doğal kaynaklar, tarihi kent dokuları, arkeolojik alanlar vb. oluşan insan yapısı kaynaklar, yeme-içme, merasim vb. gibi örf ve adetlerden oluşan sosyo-kültürel kaynaklardır (Kızılırmak, 2011:2). Bu açıdan bakıldığında, Burdur'da alternatif turizm imkanlarının çok olması bu kaynaklardan önceliği doğal kaynaklara ve insan yapısı kaynaklara vermektedir. Çünkü alternatif turizm yaklaşımı, kontrollü ve planlı gelişmeyi hedefleyen, önceliği kâr olmayan, çevreye değer veren, kitle halinde değil, bireyler ya da küçük topluluklar halinde, farklı zamanlarda turizme katılarak çevre tahribatını minimuma indirecek bir anlayışa, yerel halkın sosyal yapısını da olumsuz etkilemeyen bir yaklaşıma sahip olduğu görülmektedir (Gündüz, 2004: 60).

Turizmin kaynağı doğal güzelliklerdir. Özellikle alternatif turizm çeşitliliğine dayanan bir potansiyel söz konusu ise öncelikler arasında doğal denge ve koruma-kullanma dengesi önem arz etmektedir. Çünkü turizm sektörünün kullanarak bir talep ögesine dönüştürdüğü üç çevresel faktörden birincisi doğal kaynaklardır. Sürdürülebilirliğin sağlanması da buna bağlıdır. Bu duruma dikkat edilmezse turizmin ana kaynağını oluşturan doğal çevrenin zamanla yok olmasına ve buna bağlı olarak turizm hareketinin azalması ve zamanla bölgenin turizm açısından çekiciliğini kaybetmesine neden olmaktadır

5. Sonuç

Burdur ilinde turizm hızlı büyüyen ekonomik sektörlerden birisidir. Nitekim bölgedeki turizm hareketi yeni ekonomik aktiviteleri canlandırarak bölgesel kalkınmaya olumlu katkılar sağlamaktadır. Özellikle sanayi açısından yeterli sermayeye sahip olmayan bölgeler turizmi büyüme ve kalkınma açısından önemli bir sektör olarak görmektedir. Hammaddesi doğal kaynağa bağlı olan, üstün teknoloji gerektirmeyen ve insan emeğinin gerekli olduğu turizm sektörü işsizliğin var olduğu gelişmekte olan bölgeler için iyi bir avantaj olarak görülmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada, alternatif turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olan Burdur ilinin, gelişen turizm sektöründen payını alabilmesi ve gelişebilmesi için sektörün analizinin yapılarak en uygun stratejinin belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmanın sonuçlarına göre, il turizminin güçlü yönlerinin diğer yönlerine göre en ağırlıklı önceliğe sahip olduğu, fırsatların ise ikinci önemli öncelikte olduğu görülmektedir. Buna ek olarak, il turizminin zayıf yönleri ve tehditleri ağırlıkları bakımından daha geride kalmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, ilin özellikle alternatif turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu ve bunun değerlendirilmesi halinde önemli bir turizm destinasyonuna dönüşeceği söylenebilir.

Bu çalışmadaki analizi oluşturan ana kriterlerin alt kriterleri kendi içerisinde değerlendirildiğinde il turizminin en güçlü yanı, ilde çok sayıda doğal, tarihi ve kültürel değerlerin varlığı olarak hesaplanmıştır. İl turizminin en zayıf yönünde ise alt ve üst yapının yetersizliği ön plana çıkmaktadır. Lisinia doğa rehabilitasyon merkezi ve Ağlasun da bulunan TaTuTa çiftlikleri il turizminin en önemli fırsatları içerisinde yer almaktadır. İl turizmini tehdit eden en önemli unsur ise doğal çevre ve kaynakların tahrip olma riskidir.

Çalışmanın ana ve alt kriterleri dikkate alınarak ve bunların önceliklerine göre dört ayrı strateji oluşturulmuştur. Bunlar; alternatif turizm çeşitliliğinin değerlendirilmesi, alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi ile diğer sektörlerinde canlandırılması, doğal çevreyi korumak, kamu kurum ve yerel yönetimlerin turizme bakış açısının geliştirilmesidir. Elde edilen sonuçlara göre, ilin uygulaması gereken en öncelikli strateji doğal çevreyi korumak, ikinci öncelikli strateji ise alternatif turizm çeşitliliğinin değerlendirilmesidir.

Turizm faaliyetlerinin uzun süre devam edebilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması tüm çevresel değerlerin korunması ve yaşatılmasına bağlıdır. Bu nedenle bir bölgenin stratejik turizm planlaması yapılırken çevresel faktörlerin göz önüne alınması gerekmektedir. Tüm bunlar dikkate alındığında çalışmanın sonucu literatürü destekler nitelikte çıkmıştır. Atayeter ve diğerleri (2013) çalışmalarında “Kontrolsüz madencilik ve doğal taş işletmeciliği nedeniyle doğal çevrenin bozulması” ve “Küresel ısınma, kirlilik, kuruma, atıklar nedeniyle doğal kaynakların ortadan kalkmasına kadar varacak tehlikelerin varlığı” ifadeleriyle doğal çevrenin bozulması ve kaynakların tükenmesi riskine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca yine belirtilen çalışmada ilin stratejik turizm planının oluşturulmasına ve ilin turizme yönelik stratejilerinin belirlenmesi gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Bu açıdan bakıldığında bu çalışmanın ileride yapılacak turizm stratejik planlamasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Adıgüzel O., İ. Çetintürk ve O. Er (2009), "Konaklama işletmelerine Olan Müşteri Tercihinin Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemi İle Belirlenmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi, Vizyoner Dergisi, 1(1), 17-35.
- Akça H. (2005), "Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Değerlendirilmesi" /Burdur Sempozyumu, 16-19 Kasım, Burdur, Bildiriler Cilt I, Burdur, 515-517.
- Atay L. ve A. Özdağoğlu (2008), "Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemiyle Tedarikçi Seçimini Etkileyen Faktörlerin Önem Düzeylerinin Belirlenmesi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma", Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi, Güz, 38-61.
- Atayeter Y., S., Kanten ve P. Kanten (2013), Burdur İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Rekabet Analizi, Isparta: Fakülte Kitabevi.
- Baldemir E. ve H. Akyurt Kurnaz (2013), "İlçelerin Turizm Potansiyellerinin Analitik Hiyerarşi Yöntemi İle Sıralanması: Muğla Örneği", Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (30), 51-67.
- Bernroider E. (2002), "Factors in SWOT Analysis Applied to Micro, Small-to-Medium, and Large Software Enterprises: An Austrian Study", European Management Journal, 20 (5), 562–573.
- Ceylan, S. (2014), "Mamak (Çanaklı) Beldesinde (Ağlasun-Burdur) Geleneksel Yöntemlerle Sürdürülen Toprak Kap Üretiminin Kırsal Turizm Bağlamında İrdelenmesi", Doğu Coğrafya Dergisi 19(32), 231-242. <http://edergi.atauni.edu.tr/-ataunidcd/article/view/5000013802/-5000014036>. (Erişim: 11.12.2014).
- Doğan N. Ö. ve G. Sözbilen (2014), "Kaya Otel İşletmeleri İçin En Uygun Stratejinin Belirlenmesi: Bir SWOT/AHP Uygulaması", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(4), 95-112.
- Durgun Kaygısız, A., U. Ongun ve B. Gövdere, (2015), "Burdur İli Turizm Potansiyeli ve SWOT Analizi", 1. Teke Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, Cilt: 1, 4-6 Mart 2015, 353-366.
- Fabac R. and I. Zver, (2011), "Applying The Modified SWOT–AHP Method To The Tourism Of Gornje Medimurje Tourism and Hospitality Management, 17(2), 201-215.
- Gıran Taşcıoğlu S. (2011), "Turizm Planlamasında Sayısal SWOT Analizi Uygulaması: Oymapınar Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi Örneği" Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 24(2), 87-93
- Gündüz, F., (2004), "Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği" Planlama, TMMOB Şehir Plancıları Odası Yayını, 2004/1, (27), 58-66.

Güner M. ve Ö. Yücel (2007), "Konfeksiyon Üretiminde Temel Kriterlerin Hiyerarşik Modellenmesi İle Üretilen En Uygun Ürünün Belirlenmesi", Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 22(1), 73-79.

Gürdal, M. (2005), "Burdur İlinin Turizm Potansiyelinin Tanıtımı ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Sorunları ve Çözüm Önerileri", I. Burdur Sempozyumu, 16-19 Kasım, Burdur, Bildiriler Cilt I, Burdur, 550-557.

Jeon Y. and J. Kim, (2009), "An Application Of Swot-Ahp To Develop A Strategic Planning For A Tourist Destination" http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1243&context=gradconf_hospitality(Erişim: 05.02.2015)

Kajanusa M. J. Kangas and M. Kurttilac (2004), "The Use of Value Focused Thinking and the A'WOT Hybrid Method in Tourism Management", Tourism Management, (25), 499-506.

Kızılırmak İ. (2011), "Dünyada ve Türkiye'deki Turizm İşletmelerinde Çevre Korumaya Yönelik Uygulamalar: Amacı ve Önemi" Sosyal Bilimler Dergisi,(2), 1-12

Kurtilla M. P. Mauno, J. Kangas, and M. Kajanus (2000) "Utilizing The Analytic Hierarchy Process (AHP) in SWOT Analysis-A Hybrid Method and It's Application to A Forestcertification Case"; Forest Policy and Economics (1), 41-52.

Kuruüzüm, A. ve N. Atsan (2001), "Analitik Hiyerarşi Yöntemi ve İşletmecilik Alanındaki Uygulamaları", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (1), 83-105.

Manap Davras, G. ve Karaatlı, M. (2014) "Otel İşletmelerinde Tedarikçi Seçimi Sürecinde AHP Ve BAHF Yöntemlerinin Uygulanması", Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32 (1), 87-112.

Manap G. (2006), "Analitik Hiyerarşi Yaklaşımı ile Turizm Merkezi Seçimi", Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (2), 157-170.

Murat G. ve N. Çelik (2007), "Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesini Değerlendirme: Bartın Örneği", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 3(6), 1-20.

Ongun U., ve B. Gövdere (2014), "Bölgesel Kalkınmada Kırsal Turizmin Etkisi: Ağlasun Yeşilbaşköy Örneği", Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 4 (2), 51-57.

Ömürbek, N. ve Z. Tunca (2013), "Analitik Hiyerarşi Süreci ve Analitik Ağ Süreci Yöntemlerinde Grup Kararı Verilmesi Aşamasına İlişkin Bir Örnek Uygulama, Süleyman Demirel üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(3), 47-70.

Özgür N. ve S. Gencan, (2013), "Doğan Seyahat Acentesi Yöneticilerinin Bakış Açısıyla En Uygun Otel Seçimi: Bir Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) Uygulaması", Erciyes İİBF Dergisi, (41), 69-88.

Saaty T. L. ve L. T. Tran, (2007), "On The Invalidity Of Fuzzifying Numerical Judgments In The Analytic Hierarchy Process" Mathematical and Computer Modelling, 46, (7-8), 962-975.

Saaty T. L. (1990), "How To Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process" European Journal Of Operational Research (48), 9-26.

Sarıoğlan M. ve C. Avcıkurt (2010), "Tedarik Zinciri Yönetimi İşleyişi Çerçevesinde Konaklama İşletmelerine Tedarikçi Seçiminde Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemi Teorik Örneği" V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 27-30 Mayıs 2010, Nevşehir, 342-355.

Türk A. (2005), "Burdur İli Özelinde Doğal, Tarihsel, Arkeolojik ve Kültürel Değerlerin Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Açısından Önemi", I. Burdur Sempozyumu, 16-19 Kasım, Burdur, Bildiriler Cilt I, Burdur, 476-483.

Ulucan A. (2007), Yöneylem Araştırması İşletmecilik Uygulamalı Bilgisayar Destekli Modelleme, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Wickramasinghe V. and S. Takano (2009), "Application of Combined SWOT and Analytic Hierarchy Process (AHP) for Tourism Revival Strategic Marketing Planning: A Case of Sri Lanka Tourism", Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, (8), 954-969

Yenice, M. S. (2014), "Konya Tarihi Kent Merkezi İçin Turizm Odaklı Yenileme Stratejileri", Artium Dergisi, 2 (1), 70-84.

Yılmaz O. (2005), "Burdur İli'nin Turizm Potansiyeli", I. Burdur Sempozyumu, 16-19 Kasım, Burdur, Bildiriler Cilt I, Burdur, 569-590.

Yüksel, İ. ve A. Akın (2006), "Analitik Hiyerarşi Proses Yöntemiyle İşletmelerde Strateji Belirleme", Doğuş Üniversitesi Dergisi; 7(2), 254- 268.

<http://www.burdurkulturturizm.gov.tr/-TR,70112/turizmaktiviteleri.html>, (Erişim: 25.03.2015)

<http://www.burdur.-gov.tr/burdur-muzesi.asp>, (Erişim: 25.03.2015)

EK 1:**Tablo1: SWOT Grubu Ana Kriterlerin İkili Karşılaştırma Matrisi**

	Güçlü yönler	Zayıf yönler	Fırsatlar	Tehditler	Yerel Ağırlık
Güçlü yönler	1	5	3	5	0.56
Zayıf yönler	1/5	1	1/3	3	0.13
Fırsatlar	1/3	3	1	3	0.25
Tehditler	1/5	1/3	1/3	1	0.08
Tutarlılık oranı	0.07				

Tablo 2: Güçlü Yönleri Oluşturan Alt Kriterlerin İkili Karşılaştırma Matrisi

Güçlü yönler	G1	G2	G3	G4	Yerel Ağırlık
G1	1	3	5	7	0.56
G2	1/3	1	3	5	0.26
G3	1/5	1/3	1	3	0.12
G4	1/7	1/5	1/3	1	0.06
Tutarlılık oranı	0.04				

Tablo 3: Zayıf Yönleri Oluşturan Alt Kriterlerin İkili Karşılaştırma Matrisi

Zayıf Yönler	Z1	Z2	Z3	Z4	Yerel Ağırlık
Z1	1	3	3	5	0.52
Z2	1/3	1	3	3	0.27
Z3	1/3	1/3	1	2	0.14
Z4	1/5	1/3	1/2	1	0.08
Tutarlılık oranı	0.05				

Tablo 4: Fırsatları Oluşturan Alt Kriterlerin İkili Karşılaştırma Matrisi

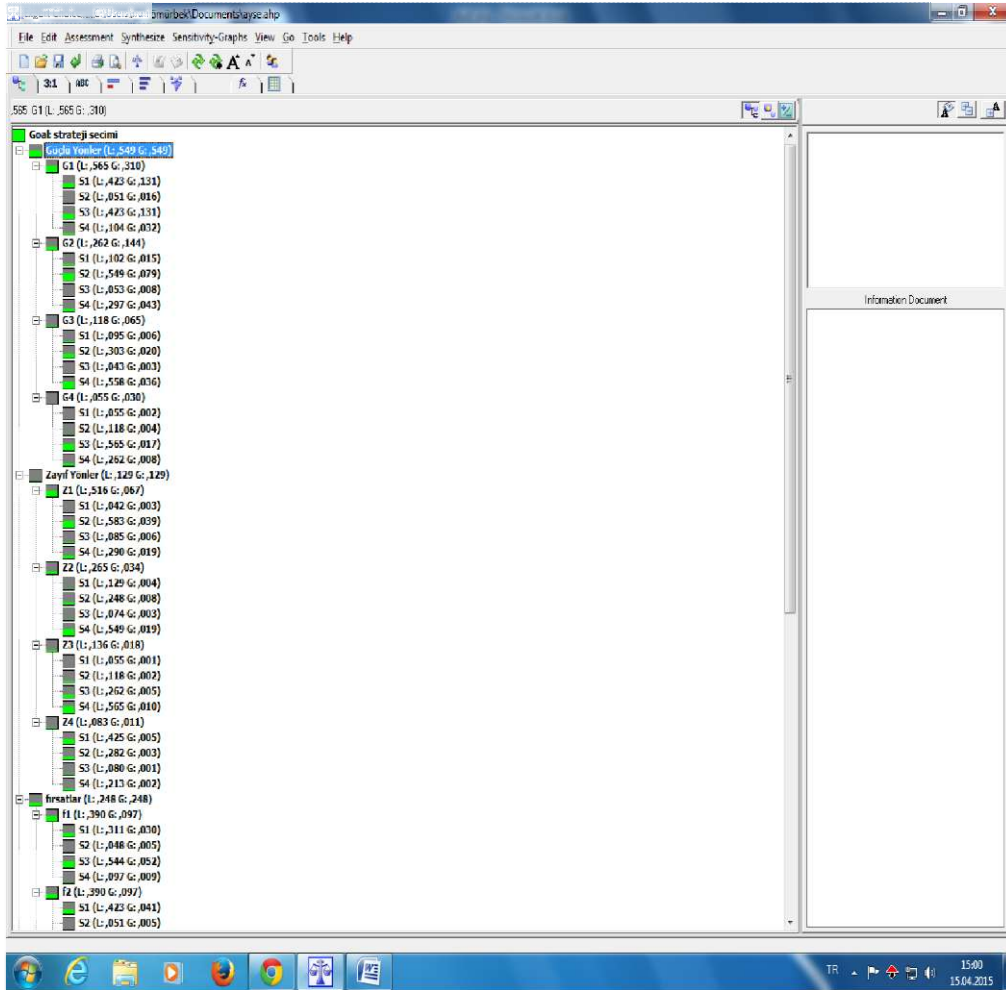
Fırsatlar	F1	F2	F3	F4	Yerel Ağırlık
F1	1	1	3	5	0.39
F2	1	1	3	5	0.39
F3	1/3	1/3	1	3	0.15
F4	1/5	1/5	1/3	1	0.07
Tutarlılık oranı	0.02				

Tablo 5: Tehditleri Oluşturan Alt Kriterlerin İkili Karşılaştırma Matrisi

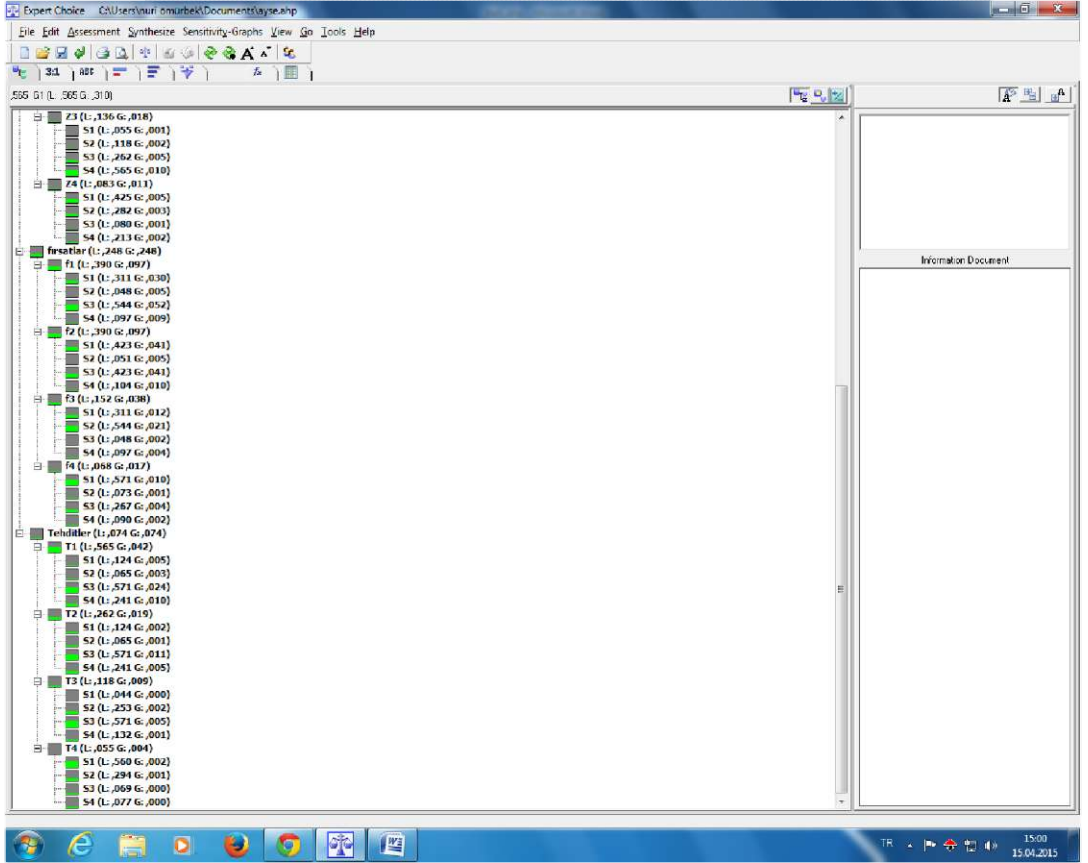
Tehditler	T1	T2	T3	T5	Yerel Ağırlık
T1	1	3	5	7	0.56
T2	1/3	1	3	5	0.26
T3	1/5	1/3	1	3	0.12
T4	1/7	1/5	1/3	1	0.06

Tutarlılık oranı 0.04

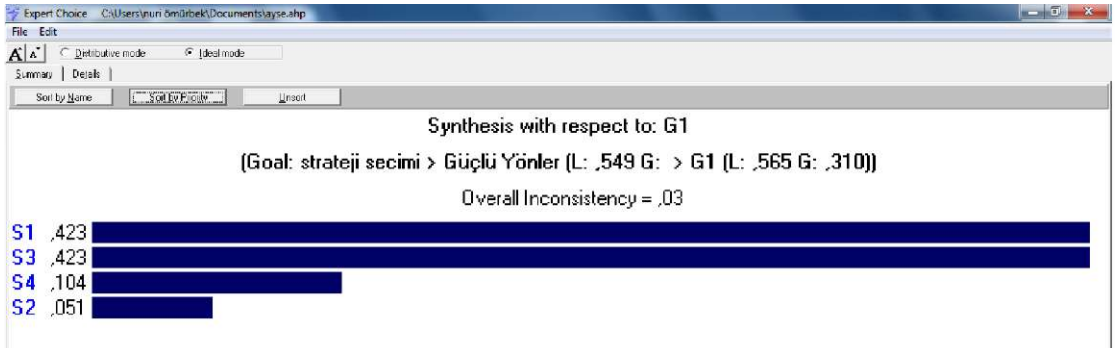
Tablo 6: Tüm Alt Kriterlere ve Stratejilere Göre Genel ve Yerel Ağırlıklar -I



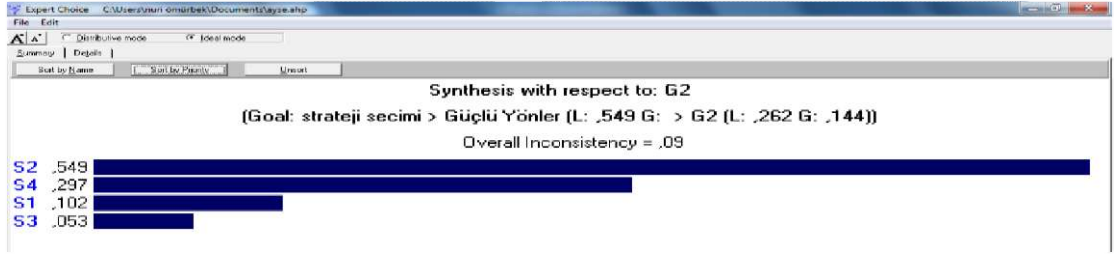
Tablo 7: Tüm Alt Kriterlere ve Stratejilere Göre Genel ve Yerel Ağırlıklar-II



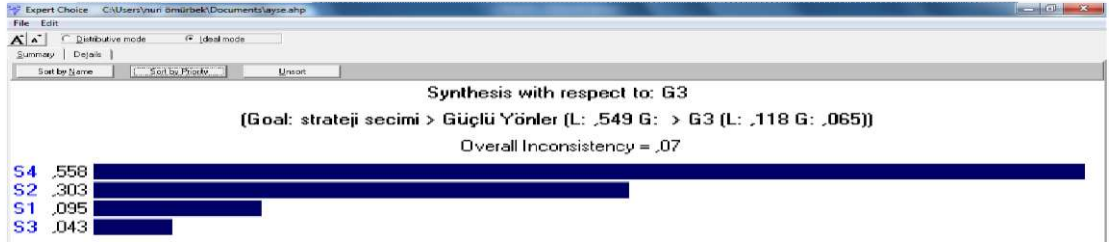
Tablo 8: G1 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



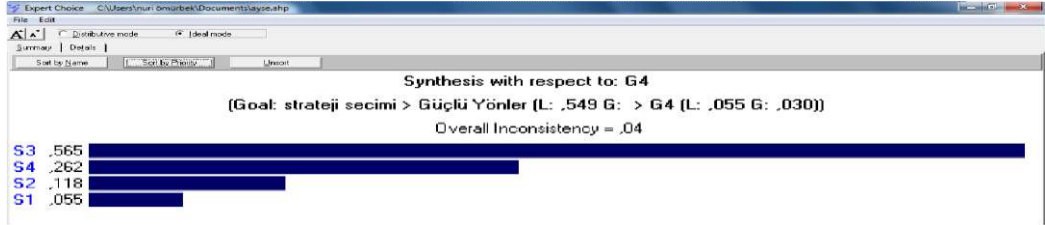
Tablo 9: G2 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



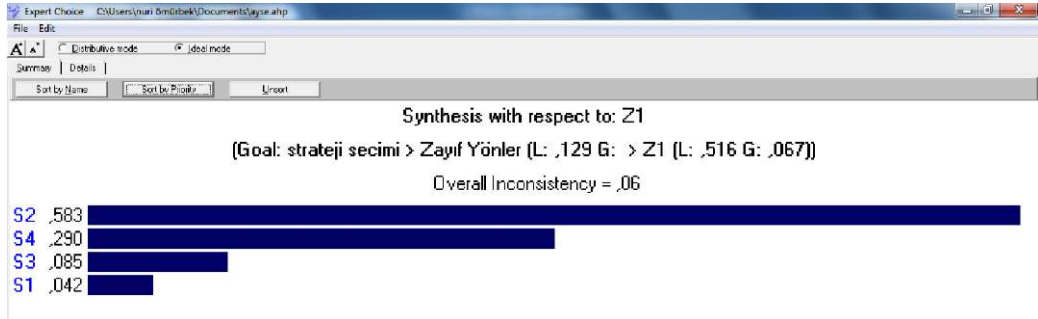
Tablo 10: G3 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



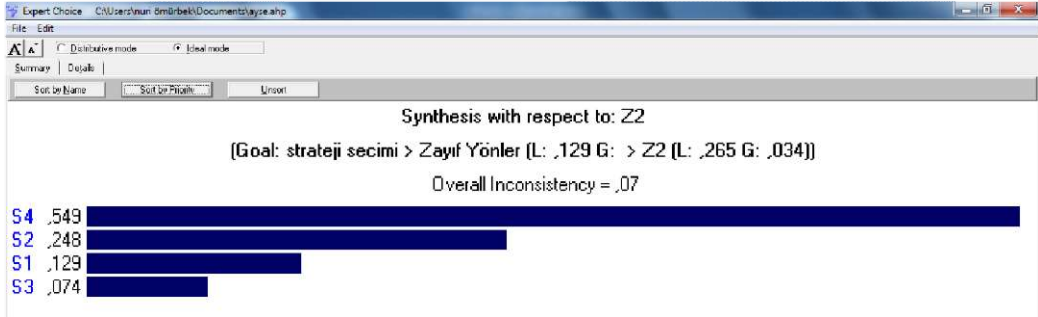
Tablo 11: G4 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



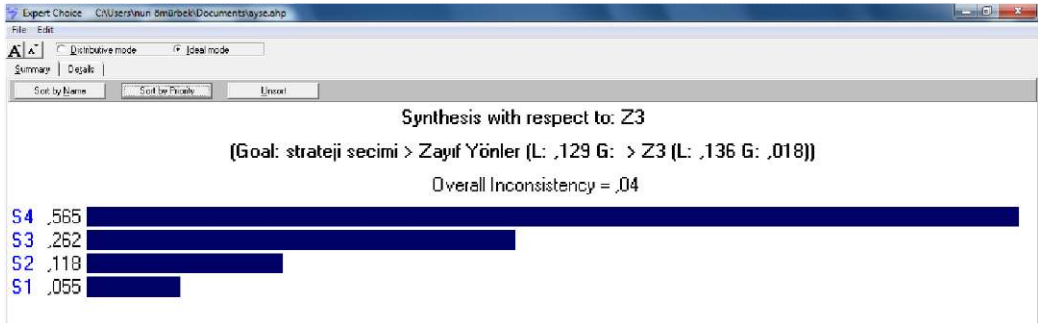
Tablo 12: Z1 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



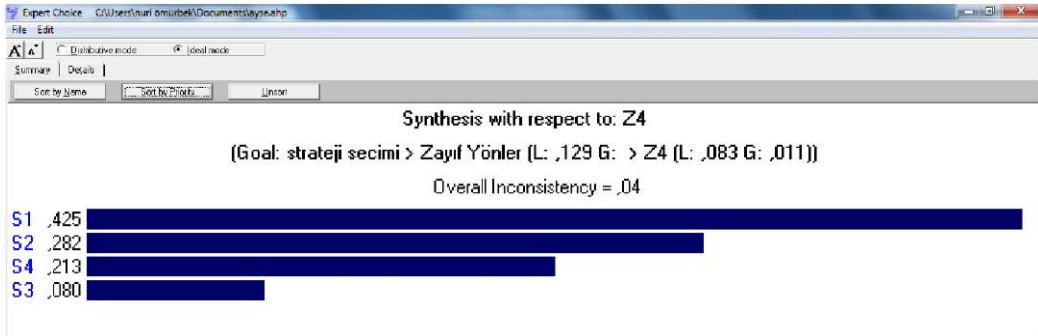
Tablo 13: Z2 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



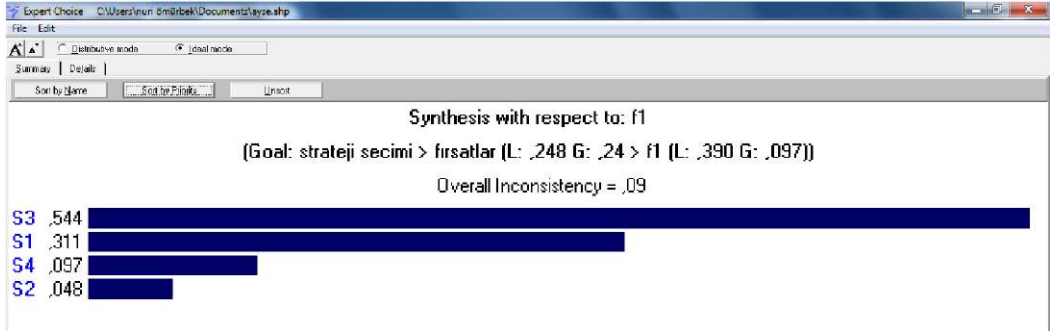
Tablo 14: Z3 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



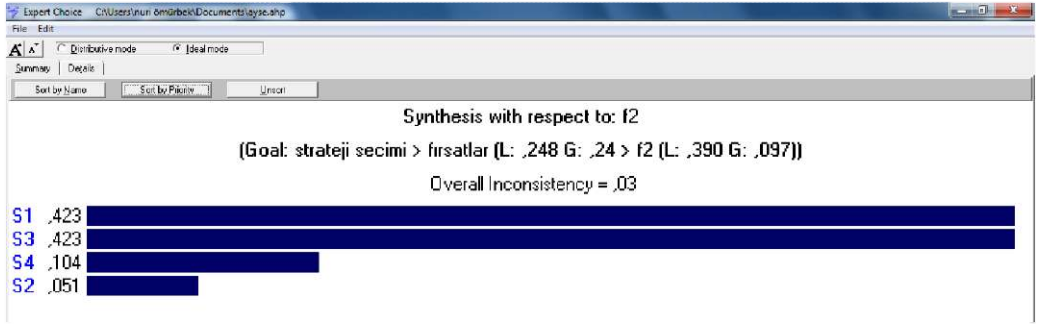
Tablo 15: Z4 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



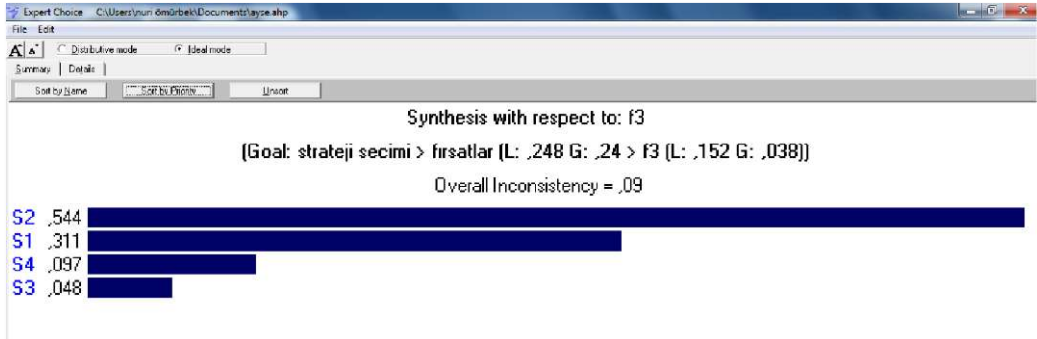
Tablo 16: F1 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



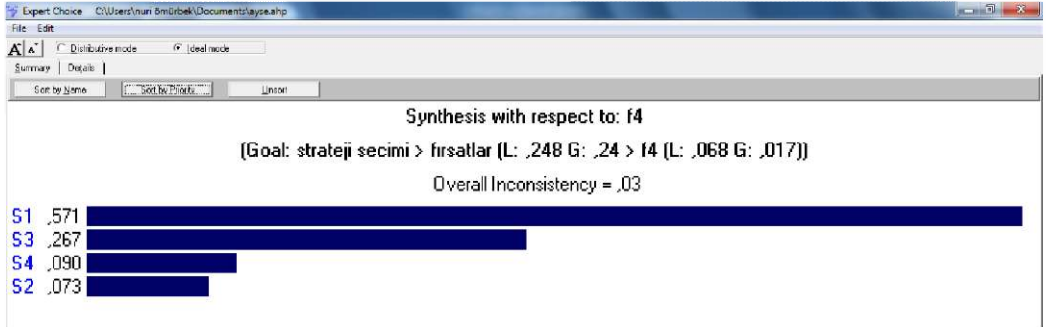
Tablo 17: F2 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



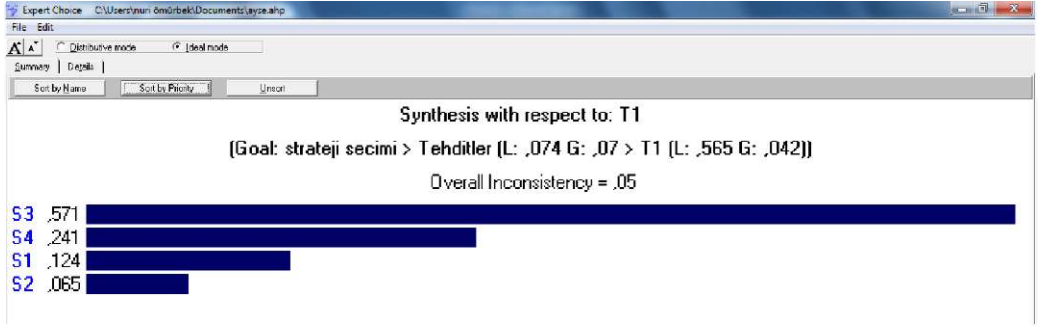
Tablo 18: F3 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



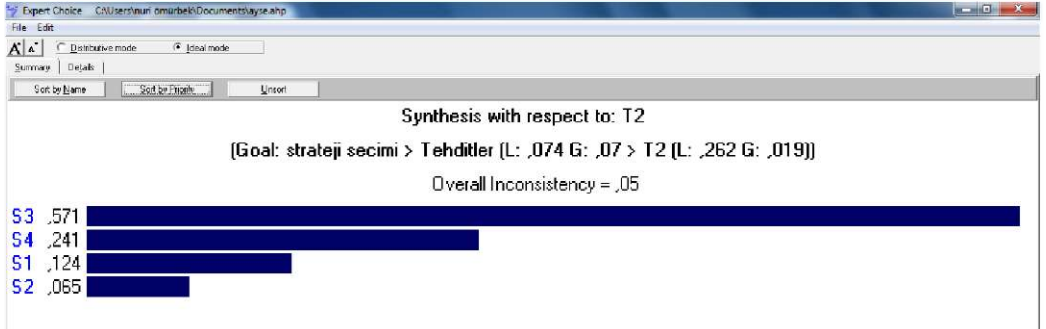
Tablo 19: F4 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



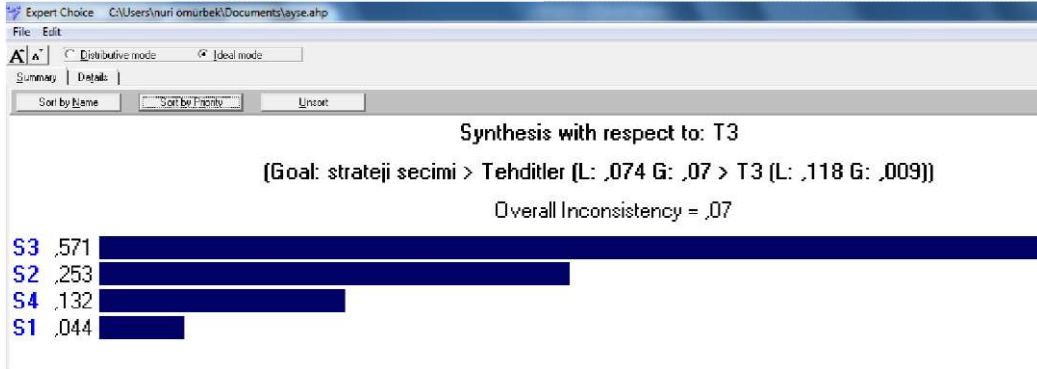
Tablo 20: T1 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



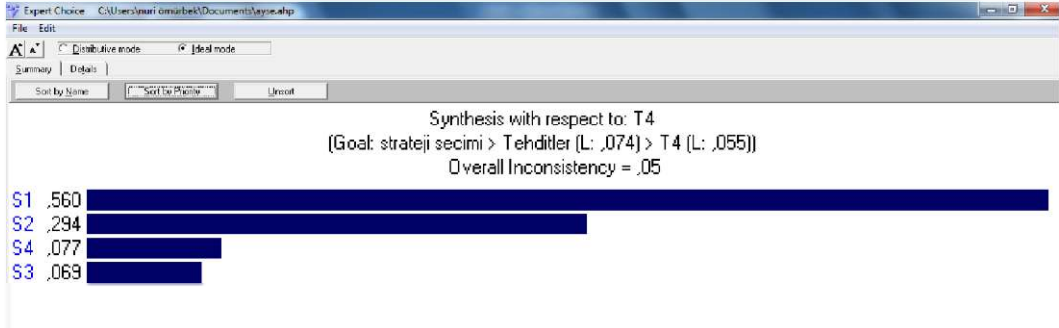
Tablo 21: T2 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



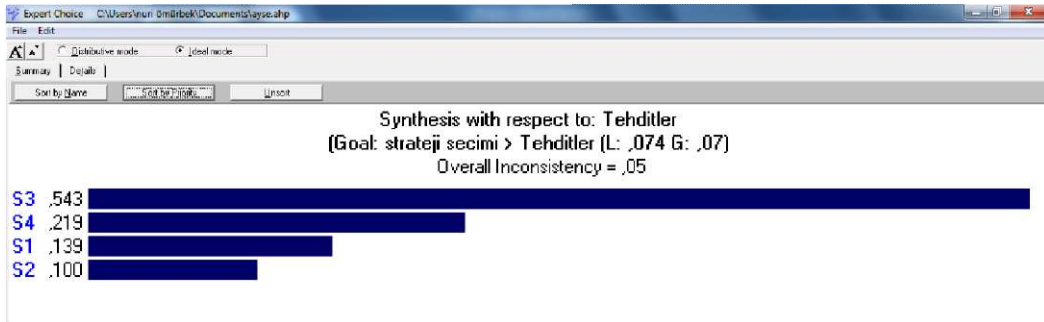
Tablo 22: T3 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



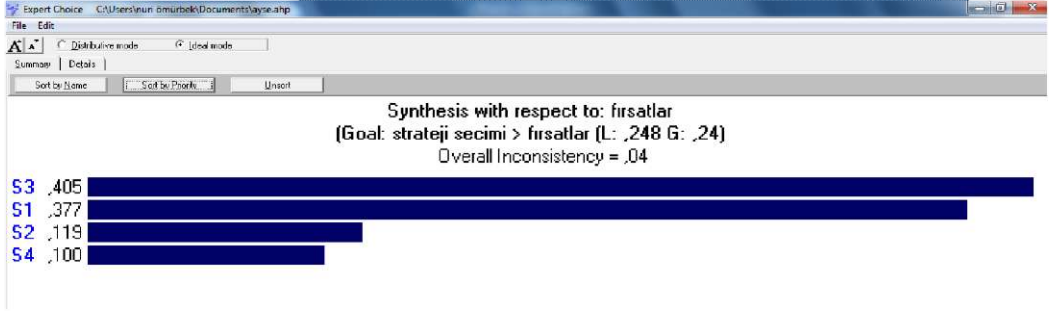
Tablo 23: T4 Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi ve Ağırlıkları



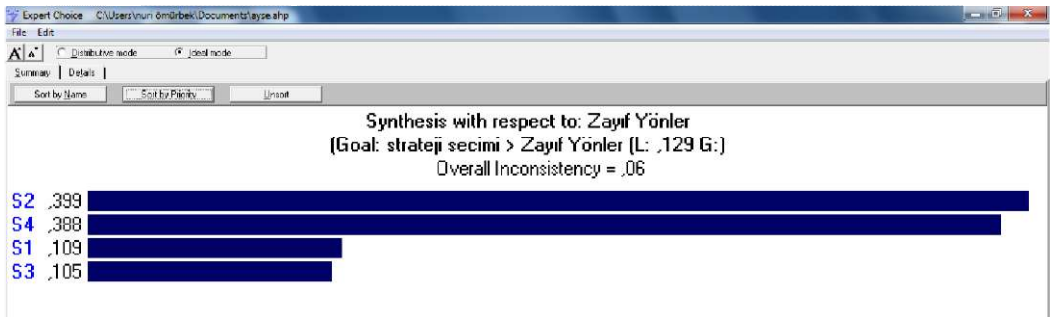
Tablo 24: Tüm Tehditler Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi



Tablo 25: Tüm Fırsalar Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi



Tablo 26: Tüm Zayıf Yönler Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi



Tablo 27: Tüm Güçlü Yönler Kriterine Göre Stratejilere Yönelik İkili Karşılaştırma Matrisi

