



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Turizmin Destinasyon Üzerindeki Etkilerinin Paydaş Algıları Kapsamında Araştırılması*

Nilüfer VATANSEVER TOYLAN^a, Emrullah TÖREN^b, Taki Can METİN^{**c}, Mehmet Han ERGÜVEN^d

^a Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, KIRKLARELİ, E-mail: nilufer.vatansever@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2217-8267

^b Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, KIRKLARELİ, E-mail: emrullahtoren@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3897-7912

^c Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, KIRKLARELİ, E-mail: takicanmetin@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1995-5125

^d Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, KIRKLARELİ, E-mail: erguven@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8442-3841

Öz

Bu araştırmayla, Kırklareli'nin turizm paydaşlarının bölgeye ilişkin rekabet edilebilirlik algılarının belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Kırklareli turizmi konusunda karar verici pozisyonda bulunan özel ve kamu kurumu temsilcilerinden 17 kişiyle yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi sonucunda 22 kod ve bu kodlardan; çevresel etkiler, ekonomik etkiler, sosyo-kültürel etkiler ve paydaş algıları olmak üzere dört ana tema ortaya çıkmıştır. Her tema ayrı bir başlık altında katılımcı görüşlerinden bire bir alıntılar yapılarak desteklenmiş ve yorumlanmıştır. Bu bağlamda çalışmanın, paydaşların turizmin etkilerini algılamasına ve aralarındaki koordinasyonun gelişmesine dair yapabilecekleri uygulamalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizmin Etkileri, Rekabet Algıları, Paydaş Algıları, Kırklareli Turizmi.

The Research on the Effects of Tourism Regarding the Destination within the Scope of Stakeholder Perceptions

Abstract

In this study, it is aimed to determine the competitiveness perceptions of the tourism stakeholders of Kırklareli regarding the region. In this direction, face-to-face interviews were held with 17 representatives of private and public institutions, who are in a decision-making position on Kırklareli tourism. The data were analysed using qualitative content analysis. As a result of content analysis, 22 codes and these codes; four main themes emerged: Environmental effects, economic effects, socio-cultural effects and stakeholder perceptions. Each theme was supported and interpreted by making one-to-one quotations from the participants' views under a separate heading. In this context, it is thought that the study will contribute to the perception of the effects of tourism by the stakeholders and the practices they can do to improve the coordination between them.

Keywords: Effects of Tourism, Competition Perceptions, Stakeholder Perceptions, Tourism of Kırklareli.

JEL CODE: L83

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 03.04.2021

Birinci Düzeltme : 06.09.2021

İkinci Düzeltme : 19.10.2021

Kabul : 01.12.2021

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Vatansever Toylan, N. & Tören, E. & Metin, T. C. & Ergüven, M. H. (2021). Turizmin Destinasyon Üzerindeki Etkilerinin Paydaş Algıları Kapsamında Araştırılması, Turizm Akademik Dergisi, 8 (2), 243-258.

* Bu çalışma KLÜBAP-163 nolu proje tarafından desteklenmiştir.

Bu çalışmada veri toplama süreci 21-30 Temmuz ve 10-14 Ağustos 2018 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir.

** Sorumlu yazar e-posta: takicanmetin@klu.edu.tr

GİRİŞ

Bir destinasyonu oluşturan sistemde sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma, uzun vadeli rekabetçiliğin korunmasında anahtar kavramlardır. Bu fikir olumsuz sosyal, kültürel ve çevresel etkileri dikkate almadan ekonomik faydaya dayanan geleneksel neo-klasik ekonomik kalkınma modeline bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır (Choi & Sırakaya, 2006). Bununla birlikte sürdürülebilirlik, üç temel faktörde eşzamanlı eylemlerle sağlanır. Bunlar ekonomik, sosyokültürel ve çevresel faktörlerdir. Sürdürülebilirlik bütünsel vizyonu, bir destinasyondaki farklı paydaşlar arasındaki ilişkileri analiz ederek elde edilir. Bu nedenle, bir destinasyonun nitelikleri, uzun vadeli rekabet gücü ve sürdürülebilirlik kriterleriyle yönetilmelidir (García & Mesanat, 2005; Diaz & Espino, 2008).

Turizm destinasyonları plansız olarak bir büyüme kaydettiklerinde, destinasyon ekonomik, sosyokültürel ve çevresel açıdan zarara uğrayabilmektedir. Bu nedenle uzun vadede destinasyonun yaşamını sürdürebilmesi için paydaşlarla birlikte entegre hedefler oluşturmak gerekmektedir. Böylece potansiyel turist seçimi, bu hedefler sayesinde destinasyona yönlendirilebilecektir. Ancak destinasyonların karmaşık yapısı bu seçimi hem turistler açısından hem de paydaşlar açısından zorlaştırmaktadır. Çünkü, turizm destinasyonu genellikle farklı türde tamamlayıcı ve rakip organizasyonların, birden fazla sektörün, yerel yönetimlerin sunduğu altyapının ve farklı tedarikçilerden oluşan bir dizi kamu ve özel işletmelerin içerisinde bulunduğu bir yapıyı temsil etmektedir (Pavlovich, 2003). Bu yapı içerisinde destinasyonun kaynakları ve temsilcileri arasındaki karmaşık ve yakın ilişkiler, bireysel ve işbirlikçi girişimlerin başarısının rekabet gücüne bağlı olacağı anlamına gelmektedir (Mazanec, Wober & Zins, 2007).

Turizm, bir sistem olarak kaynak ülke, ulaştırma ve destinasyon olmak üzere üç ana unsurdan oluşmaktadır. Destinasyon, bu sistemin sadece bir parçası olmakla birlikte turizm faaliyetinin gerçekleştirilmesi yanında turizm ürün ve hizmetlerinin üretildiği ve tüketildiği bir yelpazeyi barındırmaktadır. Bu yelpaze ise turizm destinasyonunun turistler ve turizm paydaşlarında oluşturduğu algıyla ilgili imajını ortaya çıkarmaktadır. Turizm pazarında markalaşmış destinasyonların yanı sıra, pazarda henüz tanınırlığı çok kısıtlı turizm destinasyonları da bulunmaktadır. Araştırma konusu Kırklareli, tanınırlığı kısıtlı olan destinasyonlar grubuna girmektedir. Diğer taraftan Kırklareli’nde yer alan İğneada ve Istrancalar’ın bilinirliği, ilin diğer yerleşimlerine göre oldukça fazladır. Turizm paydaşlarının Kırklareli destinasyonuna yönelik algılarının, ilin imajına ve turizm pazarında konumlandırılmasına direk etki edeceği düşünülmektedir.

Bu araştırma, paydaşların Kırklareli turizminin güçlü ve zayıf yönlerine, bu destinasyona yönelik tehdit ve fırsatlara ne derece hakim oldukları ve bu konularda ne tür çalışmalar yaptıkları sorunsalı ile ortaya çıkmıştır. Bu sorunsaldan yola çıkarak araştırmada, Kırklareli’nin rekabetçi konumunu ortaya koymak üzere güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi ile turizmin gelişiminin önündeki engelleri ve rakiplerin önüne geçmesi için neler yapılabileceği yönündeki çeşitli konuların paydaş algıları ile açıklanması amaçlanmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm ekonomisinde sürdürülebilirliği ele alan çalışmalarda daha çok turizm ve sürdürülebilirlik, ekonomik, çevresel ve sosyal hedefler arasındaki denge, nesiller arası dengesiz gelişim, destinasyonlarda turizmin yoksullukla ilişkisi ve doğal ve kırılabilir ortamların korunmasına duyarlı olan sorumlu turizme dikkat çekildiği görülmektedir (Stabler, Papatheodorou & Sinclair, 2010). Yapılan çalışmaların bazıları turizmin ekonomik etkilerinin sadece olumlu yönde olamayacağını da göstermektedir. Turizm sektörü ödemeler dengesinin iyileştirilmesi, bölgesel kalkınmayı sağlaması, yeni istihdam fırsatları yaratması, turizm dışı yatırımları teşvik etmesi, yerel ekonomiyi çeşitlendirmesi ve vergi tabanını arttırması (Archer & Fletcher, 1996) gibi sahip olduğu olumlu ekonomik etkilerin yanı sıra, fırsat maliyeti, turizme aşırı bağımlılık, bölgesel enflasyon, mevsimlik dalgalanma, yabancı işgücü, dış alım eğiliminde artış gibi olumsuz ekonomik etkileri de beraberinde getirmektedir (Kozak, Kozak & Kozak, 2019). Bununla birlikte bazı çalışmalarda turizm sektörünün ekonomik büyümeyi destekleme potansiyeli vurgulanmıştır (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010; Luštický & Musil, 2016). Özellikle turizm, turistlerin harcamalarının çarpan etkisi nedeniyle destinasyonların ekonomik istikrarına katkıda bulunmaktadır. Çarpanın, çeşitli girişimcilik fırsatlarının yaratılması üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Dolayısıyla belirli bir bölgedeki istihdam oranını etkilemektedir (Dwyer ve ark., 2010). Bu nedenle çalışmalar, turizmin ekonomik etkisini büyüme ve belirli bir alanın gelişmesi için bir fırsat olarak görmektedir (Luštický & Musil, 2016).

TÜİK verilerine bakıldığında turizmin katma değeri makro ekonomik açıdan rahatlıkla görülebilmektedir. Verilere göre yıllar bazında artan turist sayıları, gelir, GSMH payı ve istihdam oranlarının önemi anlaşılmaktadır. Bu kapsamda destinasyonların elde ettiği ekonomik gelişime yönelik istatistiksel dokümanların yanı sıra bilimsel çalışmalar da mevcuttur (Gümüş & Özüpekçe, 2009). Nitekim Dünya Turizm Örgütü (2015) paydaşlara dengeli dağılımın sağlanması, yerel halk için istihdam, gelir ve sosyal hizmet imkanlarının

geliştirilmesi gibi sürdürülebilir ekonomik etkilere yer vermektedir. Fayda/maliyet analizi, çarpan etkisi ve ziyaretçi mülakatları gibi ölçümler turizmin ekonomik etkilerini bölgesel düzeyde açıklamaya çalışmıştır (Luštický & Musil, 2016).

Kırsal alanlarda turizme verilen destek, algılanan birçok faydaya, özellikle hem turizmle ilgili hem de istihdam yoluyla yerel ekonomilerin çeşitlendirilmesine, çoklu faaliyetlerin benimsenmesiyle gelir artışı fırsatlarına ve yerel ürünler için yeni pazarların yaratılmasına dayanmaktadır (Kheiri & Nasihatkon, 2016). Ayrıca, geleneksel geçim kaynaklarındaki yerel bilgi ve becerilerin, katılımcı turist deneyimi yaratmak ve yerele olan bağlılığı artırmak amacıyla turizme katılmak için başarılı bir şekilde kullanılabilmesine dair kanıtlar bulunmaktadır. Bu nedenle, turizm ile tarım, balıkçılık, hayvancılık ve ormancılık gibi çeşitli geleneksel destek araçları arasındaki sinerjik bağlantıların inşası, kırsal kalkınmayı teşvik etmenin önemli bir yolu ve yoksulluğun azaltılmasına yönelik bir strateji olarak yaygın bir şekilde tanınmış ve teşvik edilmiştir (Su, Wall & Wang, 2017; Su, Sun, Jiao & Min, 2018).

Turizmin sürdürülebilirlik kapsamında ekonomik etkisine yönelik çalışmaların yerel halk üzerinde odaklandığı görülmektedir (Bruyere vd., 2009). Yerel halkın yerel ürünlerle turizme katılması, yerel tarımsal ürünlere ilişkin farkındalığın artması ve tarımda emek için istihdam olanakları yaratılması mümkün olacaktır. Su, Wall, Wang & Jin, (2019) kırsal bölge sakinlerinin, kırsal evler ve turizm kullanımını karşılamak için çeşitli hizmetler sunduklarını ve yerel halk tarafından üretilen tarım ürünlerinin turistler tarafından tercih edildiğini ortaya koymaktadır. Ancak, bazı durumlarda olumlu etkilere rağmen, turizm kırsal alanların sorunlarına çözüm olmamasının yanı sıra, bu alanların turizmin gelişmesi için uygun olmadığını ve beklenen sosyo-ekonomik canlanmayı sağlamayacağını ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır (Silva & Leal, 2015).

Turizmin Sosyo Kültürel ve Çevresel Etkileri

Turizmin dinamik yapısı sebebiyle destinasyondaki paydaş ilişkileri ve rolleri, destinasyonun gelişimini ve stratejik amaçların gerçekleştirilmesini etkilemektedir. Böylece her paydaş kendi amaçlarını maksimum düzeye çıkarmak istediğinden, taraflar arasında çeşitli çatışmalar ortaya çıkabilmektedir. Yerel halk uzun vadeli refah gelişimine, ziyaretçiler üst düzeyde memnuniyet sağlamaya, yerel işletmeler ise çarpan etkilerini ve karlılığı artırmaya çalışmaktadır. Böylece tüm taraflar ekonomik fayda, sosyokültürel ve çevresel maliyetleri arasında sürdürülebilir bir denge sağlayarak, turizm etkilerini optimize etmeyi hedeflemektedir (Buhalis, 2000). Her ne kadar ekonomik etkiler ön planda tutul-

maya çalışılsa da günümüzde sosyokültürel ve çevresel etkiler üzerine de çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Ayrıca tüm bu etkiler birbirlerinden bağımsız düşünülmemektedir (Kuvan & Akan, 2012). Lynch (2003: 92)'e göre sosyokültürel unsurlar; kültür ve değerler, yaşam tarzı, çalışma ve eğlence alışkanlıkları, eğitim ve sağlık, demografi ve gelir dağılımı gibi özelliklerden oluşmaktadır. Sosyokültürel eğilimlere bakılarak sektördeki işletmeler, müşterilerle ilişkileri güçlendirebilmektedir. Yerel yönetimler politikaları yaparken ve uygularken bu eğilimleri dikkate almaktadır.

Turizmin toplumsal mirasın korunması ve toplumun sürdürülebilir geçim sistemi üzerindeki etkilerini araştıran bir çalışmada yerel yöneticiler, muhtarlar ve yörede yaşayanlarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, turizmin bazı yöre sakinleri için alternatif bir geçim kaynağı olduğu ortaya konmuştur. Ancak turizme katılım düşük düzeyde olduğunda faydaların dağıtımını kısıtlamaktadır. Hızlı kentleşme, insan kaynaklarının azalması ve geleneksel tarımın turizme yetersiz entegrasyonu gibi nedenlerle yerel kırsal geçim kaynağının sürdürülebilirliği risk altındadır (Su vd., 2018). Bazı çalışmaların sonuçları, turizmin getirdiği ekonomik kalkınmanın yerel düzeyde çeşitli istihdam olanakları sağlayarak, iş için göç etme ihtiyacını belirgin şekilde azalttığını ve göçmen işçilerin köylerde kalmasına yardımcı olduğunu vurgulamaktadır. Paydaşlarla yapılan görüşmeler, turizm fırsatlarının önceki yıllara göre göçmen işçi sayısını giderek azalttığına dikkat çekmektedir. Böylece yöre halkı, çocuklarına veya yaşlı ebeveynlerine bakarken kendi turizm operasyonlarını yürütmesiyle kırsal alanlarda aile ilişkileri ve sosyal istikrarın arttığı görülmüştür (Su vd., 2019). Bununla birlikte sosyokültürel açıdan yaşanan bazı olumsuzlukların da paydaşları önemli bir şekilde etkilediği bilinmektedir. Turizm destinasyon açısından değerlendirildiğinde, yüksek suç oranı, vandalizm, fuhuş, kumar, trafik sıkışıklığı, dinlenme tesislerinin kullanımında kısıtlama, geleneklerin kaybı, kalabalık şehir merkezleri, günlük yaşamın bozulması gibi olumsuz sosyokültürel etkilere sahip olduğu anlaşılmaktadır (Kuvan & Akan, 2012; Luštický & Musil, 2016).

Schmude & Namberger (2010:97) çalışmaların daha çok turizmin çevre üzerine olumsuz etkilerine yönelik gerçekleştirildiğini belirtmekle birlikte, çoğunlukla destinasyonların turizmden önceki ve sonraki halleri karşılaştırılmaktadır. Yazarlar çevreyi etkilemeden turizmin mümkün olmadığını savunmaktadır. Vorkauer & Bauman (2004: 876) ise tüm çevresel etkiler için sadece turizmin sorumlu tutulmaması gerektiğini belirtmektedir. Gelişmekte olan turizm faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için bazı çevresel kaynaklar yok edilmektedir. Turizmin çevresel etkilerini asgariye

indirmek, doğal, tarihi, sosyal ve kültürel turizm değerlerinin koruma-kullanma dengesini dikkate alan ve verimli kullanımı teşvik etmeye yönelik stratejik önem taşıyan bir konuya dönüşmüştür (Kozak, 2014: 6). Lan-ger'e (1995: 60) göre destinasyonların çevre konusundaki tutumları bireylerin seyahat kararı verme sürecinde etkili olmasının yanında, destinasyonun rekabet şansını da etkileyebilmektedir. Araştırma sonuçları, Almanların %75'inden fazlası için bozulmamış doğa ve çevrenin, tatil destinasyonu tercih ederken önemli olduğunu vurgulamaktadır (Job & Vogt, 2004: 851; Ergüven, 2009: 127). Bu sebeple turizm faaliyetlerinin koruma-kullanma dengesi içerisinde gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Özellikle doğa temelli turizm hareketliliğinde iki temel noktada başarının sağlanması, hem hareketliliğin sürdürülebilirliği hem de gelirin artırılmasında baş unsurlar olmaktadır. Bunlardan ilki koruma kullanma dengesinin gözetildiği doğal alanların oluşturulmasıdır. Bu noktada devlet, yerel yönetimler, yerel halk ve birey olarak turistin üzerinde büyük sorumluluklar bulunmaktadır. Konuyla ilgili olarak kapsamlı tedbir ve planların yapılması, altyapı, üstyapı ve taşıma kapasitesi gibi konulara dikkat edilmesi, söz konusu sorumlulukların çıkış noktası olacaktır. Diğer ve ikincil unsur ise motivasyon ve çekiciliklerin belirlenmesidir (Metin, 2019).

Rio & Nunes (2012) Delphi tekniği kullanarak gerçekleştirdikleri araştırmalarında, turizm sektörünün içinde yer alan yerel yönetimden üniversitelere, sivil toplum kuruluşlarına ve yöre halkına kadar pek çok paydaşın görüşlerinden faydalanmıştır. Yaptıkları araştırmanın sonucunda yöre sakinlerinin, doğa koruma aktivitelerine ve çevre projelerine katılarak destek olduğu ortaya konmuştur. Özellikle sürdürülebilir tarım, balıkçılık ve avcılık gibi koruma önlemlerinin turizm sayesinde gerçekleştirildiği ve bölge sakinleri için çevre eğitimi fırsatları önemli görülmektedir. Benzer şekilde turizm, turistler için olumlu kültürel deneyimler sunarken, istihdam olanakları, daha iyi erişilebilirlik ve sosyal refah getirmiştir. Bununla birlikte, turizm faaliyetlerinin, yoğun dönemlerde trafik sıkışıklığı ve bölge sakinlerinin günlük yaşamlarındaki diğer rahatsızlıklar nedeniyle yerel topluluk üzerinde olumsuz etkilere neden olduğu ortaya konmuştur. Özellikle yüzey ve yeraltı sularının kirliliği, hava kirliliği, atık su ve katı atıkların yanlış kaldırılması ve yoğun dönemlerde çevresel taşıma kapasitesinin ötesine geçmesi nedeniyle olumsuz çevresel etkilerinden de söz edilmektedir. Turizm kaynaklı çevresel etkiler birçok yazarın ilgisini çekmektedir. Genel olarak turizmin hava ve su kirliliği yaratması, atık üretimini ve doğal kaynakların tüketimini artırması, orantısız arazi kullanımı, doğanın tahribatı ve hayvanların hayatına çeşitli şekillerde müdahale (Kuvan & Akan, 2012; Jaafar, Kayat, Tangit & Yacob, 2013; Dilek & Küçükaltan, 2018; Bogdan, Nicoleta &

Ioan, 2019) gibi destinasyon çevresine olumsuz etkileri çeşitli çalışmalarda sınıflandırılmıştır.

Öte yandan turizmin çevresel açıdan koruma-kullanma dengesi içerisinde doğal mirasın korunması, çevre dostu tesislerin geliştirilmesi, doğal kaynakların korunması, kaynak yönetimine daha fazla katılım, bölge sakinlerinin çevre bilinci gibi olumlu etkileri de çeşitli çalışmalarda turizmin olumlu çevresel etkileri olarak ortaya konmaktadır (Kuvan & Akan, 2012; Jaafar vd., 2013; Garau, 2015). Bazı araştırmacılar turizmin olumsuz çevresel etkilerine karşın olumlu etkileri de bulunduğunu, söz konusu etkilerin paydaşlar tarafından çeşitli çözümler getirilerek artırılabilirliğini önermektedir (Aslam, Ameta, Aslam & Iqbal, 2018; Schumde & Namberger, 2010; Vorlaufer & Baumann, 2004). Bu çözüm önerilerinden bazıları çevre yönetimi, atık yönetimi, kanalizasyon ve diğer sıvı atık sorunları, ormansızlaşma sorunu, hava kirliliği ve iklim değişikliği sorunlarına yönelik gayretler ile çevre eğitimi ve farkındalık programlarının artırılması şeklinde sıralanmıştır. Bu durum paydaşların bölgenin ekonomik, sosyal ve çevresel gelişimini göz önünde bulundurmasıyla turizmin bölgesel etkisinin ortaya konulmasının öneme dikkat çekmektedir. Böylece turizmin sürdürülebilir politika ve planlar çerçevesinde bölgesel gelişime katkı sağlaması mümkün olabilmektedir.

Destinasyon Yönetiminde Paydaşların Önemi

Turizm destinasyonlarının sahip olduğu en önemli roller arasında kendi bölgesinde yaşayan yerli halkın sosyal ve ekonomik refahını arttırmak ve ziyaretçiler için çeşitli turistik deneyimler ve etkinlikler sunmak yer almaktadır (Bornhorsta, Ritchie & Sheehan, 2010). Belirli bir destinasyonda turizmin sürdürülebilirliği ve başarısı kadar, paydaşların çıkarları ve paydaşların tutumu turizmin gelişimine etik açıdan bir yaklaşım sergilemektedir (Ven, 2015). Turizm destinasyonu için paydaşlar; oteller, seyahat acentaları, restoranlar, üniversiteler, yerel yönetimler ve kamu idaresi vb. taraflardır. Tarafların işbirliği yapması ve turizm politikaları hakkında fikir birliği oluşturmaya çalışmasının bir çok potansiyel faydası vardır (Healey, 1998).

Paydaş yaklaşımı, günümüzde giderek daha fazla ilgi görmektedir. Bu yaklaşım, sürdürülebilir turizm bakış açısıyla yakından ilgilidir. Turizm, doğal kaynakların kullanımı, yerel toplumun sosyo-kültürel gelişimi, paydaşlar için gelir ve ekonomik güvence sağlamanın aracı olarak görülmektedir. Ancak, turizm hem olumlu hem de olumsuz etkiler ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle destinasyon paydaşları için olumlu etkiler yaratacak şekilde turizm gelişiminin planlanması ve sorumlu bir şekilde yönetilmesi gerektiği belirtilmektedir (Luštický & Musil, 2016). Benzer şekilde Dünya Turizm Örgütü, turizm gelişim faaliyetlerinin,

paydaşların turizm gelişimine yönelik ihtiyaçları ve tutumları doğrultusunda planlanması, yönetilmesi ve geliştirilmesi gerektiğini belirtmektedir (Sdrali, Gousia-Rizou & Kiourtidou, 2015). Turizm literatürüne göre paydaş teorisi, tüm paydaşların çıkarlarının proaktif bir şekilde değerlendirilmesinin, bir bütün olarak turizmin önemli getirileri ile sonuçlandığını ortaya koymaktadır (Zehrer & Hallmann, 2015).

Turizm paydaşları, bir bölgedeki turizmin başarısını veya başarısızlığını etkileyen bileşenler olarak kabul edildiğinden paydaşların görüşleri, turizm planlaması ve geliştirilmesinde dikkate alınmalıdır (Yoon, 2002). Semerciöz, Dönmez & Dursun (2008) Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerindeki destinasyon paydaşları ve destinasyon yönetim örgütleri arasındaki ilişkileri ortaya koydukları çalışmada en önemli on turizm paydaşını, Belediyeler başta olmak üzere Valilikler, İl Özel idareleri, Seyahat Acentaları, Üniversiteler, Bölge Müdürlükleri, Ticaret Odaları, Oteller, STK'lar, Konaklama endüstrisindeki diğer aktörler (moteller, hosteller vb.) olarak belirlemiştir.

YÖNTEM

Bu çalışma, turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin paydaş algılarında hangi boyutlarla var olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda Kırklareli ilinde yer alan turizm paydaşlarının söylemlerinin betimlenmesi ve yorumlanması sağlanmıştır.

Araştırmanın Alanı ve Katılımcıları

Çalışma alanını Kırklareli'nde turizm ile doğrudan ilişkili olduğu düşünülen ve karar verici pozisyonları bulunan özel ve kamu kurumlarının temsilcileri oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı istatistiksel bir genellemeye varmak olmadığından, amaçlı bir örnekleme stratejisi kullanılmıştır. Bu doğrultuda Kırklareli Merkez, Babaeski, Kofçaz, Pınarhisar, Vize, Lüleburgaz ilçeleri ile İğneada ve Kıyıköy Belde Belediye Başkan ya da yardımcısı, İğneada ve Merkez'de yer alan otel genel müdürleri, Kırklareli Merkez'de yer ulaşım firması yetkilisi, Trakya Kalkınma Ajansı yetkilisi, Kırklareli Turizm İl Müdürlüğü yetkilisi, ulusal bir seyahat acentası temsilcisi, İstanbul Rehberler Odası temsilcisi ve turizmle ilgili sivil toplum kuruluşu temsilcisi olmak üzere toplam 17 katılımcı belirlenmiştir.

Araştırmanın katılımcıları, nitel desende bulunan amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile belirlenmiştir. Maksimum çeşitlilik örnekleme yönteminin amacı, örnekleme grubunu küçük oluşturmak ve katılımcıların çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır. Bu tür bir yöntem sonucunda elde edilen veriler, diğer yöntemlerle elde edilen verilere göre daha zengin olabilmektedir. Maksimum çeşitliliği

dayalı örnekleme oluşturmada amaç, genelleme yapmak için çeşitliliği sağlamak değildir. Çeşitlilik gösteren durumlar arasındaki ortak ve farklı olguları bulmaya çalışmaktır (Yıldırım & Şimşek, 2011).

Araştırmanın katılımcılarının belirlenmesi sürecinde bazı kısıtlılıklar bulunmaktadır. Maliyet ve zaman gibi sebeplerden dolayı Kırklareli'ndeki özel sektör temsilcilerinin tamamına ulaşamaması ve yerel halk temsilcilerinin çalışmaya dahil edilmemesi, araştırmanın kısıtlılıklarını oluşturmaktadır. Bu nedenle, özellikle şehrin turizm ile ilgili karar verici noktada öneme sahip yerel yöneticileri ve turizmle ilgili konaklama ve ulaşım faaliyeti yürüten dört büyük özel sektör temsilcisiyle görüşülmüştür. Katılımcı olarak belirlenen 17 kişinin, sayı ve nitelikleri anlamında, Kırklareli turizmiyle ilgili görüşlerinin araştırmada ortaya konulan sonuçları yeterli biçimde yansıttığı söylenebilmektedir. Kaldı ki nitel araştırmalarda, niceliksel yeterliliklerin tartışılmasının, durum değerlendirmesi yapılan bir araştırma için anlam ifade etmeyeceği de bilinmektedir.

Verilerin Toplanması

Bu çalışmada veri toplama süreci, 21-30 Temmuz ve 10-14 Ağustos 2018 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir. Veriler, 21-30 Temmuz ve 10-14 Ağustos 2018 tarihleri arasında, Kırklareli (Merkez, Babaeski, Kofçaz, Pınarhisar, Vize ve Lüleburgaz ilçeleri, İğneada ve Kıyıköy beledeleri), Tekirdağ (Süleymanpaşa ilçesi) ve İstanbul'da yüzyüze görüşmelerle toplanmıştır. Bu kapsamda sekiz belediye temsilcisi (Başkan ve Başkan Yardımcısı), beş özel sektör temsilcisi, bir Trakya Kalkınma Ajansı yetkilisi, bir Turizm İl Müdürlüğü yetkilisi ve iki STK ve oda temsilcisi olmak üzere toplamda 17 katılımcıyla görüşülmüştür.

Veriler, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle (Wengraf, 2001) açık uçlu sorular sorularak elde edilmiştir. Sorular, çalışmanın odağı kapsamında araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Sonrasında, sorular ile araştırma odağına yönelik cevaplar alınıp alınamayacağına dair yedi uzmandan görüş alınmış ve gelen geri bildirimler doğrultusunda sorulara son hali verilmiştir. Söz konusu sorular, Kırklareli'nde turizmin çevresel, ekonomik, sosyokültürel etkileri ve buradaki paydaşların rekabet algılarını değerlendirmek maksadıyla dört ana tema üzerine yoğunlaşmıştır. Görüşmeler ortalama 25 dakikalık süre içerisinde gerçekleşmiştir.

Görüşmeye başlamadan önce, katılımcılar araştırmanın içeriği ve amaçları hakkında bilgilendirilmiş, katılımcıların araştırma ve uygulama hakkındaki soru-

larına cevap verilmiştir. Yine görüşme öncesinde ve görüşme sırasında katılımcılara müdahale edilmeyeceği ve anlaşılmayan sorular dışında açıklama yapılmayacağı belirtilmiştir. Ayrıca görüşme sırasında verecekleri cevapları, diğer görüşme sorularının içeriğinde vermeleri için sorulacak sorular görüşme öncesinde katılımcılara sunulmuştur. Buna ek olarak, katılımcılara konuyla ilgili sorulan sorular dışında farklı bir yaklaşım ortaya koymak istediklerinde bunu belirtebilecekleri konusunda bilgi verilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmacılar tarafından tek tek okunan görüşme kayıtlarının analizinde, ‘içerik analizi yöntemi’ kullanılmıştır. İçerik analizi, verileri tanımlamaya, verilerin içerisinde saklı olan gerçekleri ortaya çıkarmaya, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmeye ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaya yönelik bir analiz yöntemidir. Bu analiz türünde dört aşama vardır. Bunlar, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ve bulguların tanımlanması ve yorumlanmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2011).

Görüşmeler dijital ses kayıt cihazıyla toplam 423 dakika olarak kaydedilmiştir. Elde edilen ses kayıtları deşifre edilerek 110 sayfa yazılı doküman haline getirilmiştir. Katılımcıların ifadeleri koda dönüştürülerek; kodlar birleştirilmiş ve temaları ortaya çıkarılmıştır. Dokümanlardan elde edilen veriler incelendiğinde, dört ana tema ortaya çıkmıştır. Sırasıyla dört kod çevresel etkileri, beş kod ekonomik etkileri, altı kod sosyokültürel etkileri ve yedi kodun paydaşların rekabet algısı temaları altında yer aldığı görülmektedir. Katılımcılar çalışmanın içeriğinde K1-K17 arasındaki rumuzlarla ifade edilmiştir.

Dört araştırmacı tarafından tematik çerçeveden elde edilen bulgular, her tema ve kodları dikkate alınıp yorumlanarak ilişkilendirilmiş ve anlamlandırılması sağlanmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak bulgulara ilişkin ortaya çıkan problemler literatürle ilişkilendirilip, tartışılarak çalışma tamamlanmıştır.

BULGULAR

Çevresel Etkiler

Turizmin Kırklareli’ne yönelik çevresel etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla katılımcılara yöneltilen “Turizmin Kırklareli’ne yaptığı çevresel etkiler konusunda neler söyleyebilirsiniz?” sorusuna verilen yanıtlar analiz edildiğinde, “Çevresel Etkiler” adlı bir tema ortaya çıkmıştır. Bu temayı ortaya çıkaran başlıca kodlar, “katı atıklar” ve “günübirlikçiler” olmuştur. Çevresel etkiler temasını ortaya çıkaran kodlar, Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Çevresel Etkiler (Tema 1)

Tema 1	Kodlar
Çevresel Etkiler	<ul style="list-style-type: none"> Katı atıklar Evcil hayvanların terk edilmesi Çevre bilinci eksikliği Günübirlikçiler

Çevresel etkiler teması katılımcıların ifadeleriyle desteklenecek olursa, öne çıkanlar şunlar olmuştur: “Kirlilik anlamında var. Mesela bu da son yıllarda daha çok göz önüne gelmeye başladı, yazın gelip işte kedi köpek bırakıp gidiyorlar” (K1). “Maalesef bilincimiz yok, çevre bilincimiz hiç yok” (K3). “Mesela bizim insanımızın biraz eğitilmiş olup işte gelen bir bayanın çocuğunun bezini kuma gömmemesi lazım” (K2). “Bir de bölgemiz çok geniş yerleşim olarak. Bütün ormanlar, milli parklar her taraf turizme açık. Yeri geliyor beş kilometre ötedeki çöpten bile adam diyor ki çalışmıyor, çöp topluyor diyor. Çöp tenekesi yok diyor. Var koyuyoruz ama yani biz her yere çöp tenekesi koyamayız. Mümkün mertebe diyoruz ki çöpünüzü yanınızda götürün bırakmayın” (K1). Çevresel etkiler temasını elde etmeye yarayan yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda, özellikle günübirlikçilerin ziyaret ettiği noktalarda çevreye verdikleri zararı en aza indirmek için gerekli önlemlerin alınması, çevre bilincinin oluşması için verilen eğitimlerin artarak devam etmesi ortaya çıkmıştır. Ayrıca sokak hayvanlarının turistik bölgelere terk edilmesinin önüne geçilmesi için gerekli yaptırımların hayata geçmesi gerekmektedir. Böylece turizmin Kırklareli’ndeki olumsuz çevresel etkilerinin en aza indirgenebileceği düşünülmektedir.

Ekonomik Etkiler

Turizmin Kırklareli’ne yönelik ekonomik etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla katılımcılara yöneltilen “turizmin Kırklareli’ne yaptığı ekonomik etkiler konusunda neler söyleyebilirsiniz?” ve “turizmin ilçenize/beldenize yaptığı ekonomik etkiler konusunda neler söyleyebilirsiniz?” sorularına verilen yanıtlar analiz edildiğinde, “Ekonomik Etkiler” adlı bir tema ortaya çıkmıştır. Bu temayı ortaya çıkaran başlıca kodlar, “yöresel ürünlere katkısı” ve “konaklama işletmelerine katkısı” olmuştur. Ekonomik etkiler temasını ortaya çıkaran kodlar, Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Ekonomik Etkiler (Tema 2)

Tema 1	Kodlar
Ekonomik Etkiler	<ul style="list-style-type: none"> Konaklama işletmelerine katkısı Çiftçiye katkısı Yiyecek-İçecek işletmelerine katkısı Yöresel ürünlere katkısı İstihdama katkısı

Ekonomik etkiler teması katılımcıların ifadeleriyle desteklenecek olursa, öne çıkanlar şunlar olmuştur: “Turizmin bir kere bölgeye katmış olduğu ekonomik destek çok büyük bir destek yadsınamaz” (K7). “Özellikle yemek bölümünde, mesela lokantalarımız çok güzel iş yapıyor. Bu hem tanıtım açısından bizim yöremizin yemeklerini tanıtması, hem de insanlar ciddi para kazanıyor. Bu bizi iyi tatmin ediyor ve memnun kalıyoruz” (K8). “Nihayetinde burada yaşayanların büyük çoğunluğu yaz aylarında pansiyonculuk yaparak geçimlerini sürdürüyorlar. Yani oteller, moteller ve ev pansiyonculuğu zaten bu yadsınamaz. İnsanlar gerçekten bundan hatırı sayılır para kazanıyorlar” (K1). “Tabi yani bende 40 tane İğneada çalışıyor. İşte şeyler, bütün lokantalar, esnaf gelen müşteriden nemalanıyor” (K2). “Şimdi şöyle, son üç yılı örnek alırsanız, üç yılda Kırklareli’nde turizm açısından gece konaklaması yedi kat arttı en az. Yani yediye katladı. Bu Türkiye ortalamasının çok üzerinde” (K9). “Sislioba’ya turistleri götürdüğümüzde herkes kaçışıyordu. Ya diyordum yani neyiniz varsa getirin, kadınlara. Sonra bir alıştılar, reçellerini çıkartıyor, ballarını, eriştelerini veya biz haber veriyoruz biz geleceğiz diye. Haydi kuru fasulye yapıyorlar, tarhana çorbası, börekler yapıyorlar orada. Onlara bir iş dalı çıktı. Keza Hamdibey, Boşnak köyüdür. Orada Boşnak Böreği yapmaya başladılar. Bunların hiçbiri yoktu yani, sonra bir projeye buralara işte şeyler yapıldı Sislioba’ya stantlar, böyle dükkân meydan falan. Bir şeyler yapıldı. Oluyor oluyor” (K2). Ekonomik etkiler temasını elde etmeye yarayan yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda, turizmin Kırklareli’ndeki konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerine, yöresel ürünlerin satışına ve dolayısıyla çiftçilere katkısı, bunların doğal sonucu olarak da istihdama etkisi ortaya çıkmıştır.

Sosyo-Kültürel Etkiler

Turizmin Kırklareli’ne yönelik sosyo-kültürel etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla katılımcılara yöneltilen “turizmin Kırklareli’nde bıraktığı kültürel etkiler konusunda neler söyleyebilirsiniz?” ve “turizmin ilçenize/beldenize yaptığı kültürel etkiler konusunda neler söyleyebilirsiniz?” sorularına verilen yanıtlar analiz edildiğinde, “Sosyo-Kültürel Etkiler” adlı bir tema ortaya çıkmıştır. Bu temayı ortaya çıkaran başlıca kodlar, “yaşam tarzında değişiklikler” ve “yerel halkın özgüven kazanması” olmuştur. Kültürel etkiler temasını ortaya çıkaran kodlar, Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Sosyo-Kültürel Etkiler (Tema 3)

Tema 1	Kodlar
Sosyo-Kültürel Etkiler	<ul style="list-style-type: none"> Farklı insanları tanımak Yöresel öğelerin devamlılığı Yaşam tarzında değişiklikler Yerel halkın özgüven kazanması Ekonomik bağımsızlık Ön yargıları yenmek

Sosyo-Kültürel etkiler teması katılımcıların ifadeleriyle desteklenecek olursa, öne çıkanlar şunlar olmuştur: “Kültürel, sosyal yönden de turizm hareketinin katılması bir zenginliktir. Farklı türdeki farklı insanların bölgeyi ziyaret etmesi, bölgenin kültürel sosyal yönden de kendiliğinden gelişmesine katkı sağlıyor” (K7). “Hem tanıtım açısından bizim yöremizin yemeklerini tanıtması açısından hem katkısı oluyor (K8)”. “Sislioba köyü ona keza yöresel dediğim gibi tarhanasını yapıyor satıyor” (K1). “Gelen giden insanlarla beraber de esnaf kendine biraz çeki düzen verdi. Biraz daha düzelttiler, davranışları değişti” (K2). “İşte ormandaki yaşayan adam artık turist sayesinde bilgi sahibi oldu” (K2). “Sisliobaya gidip geldiğinizde müşterileri götürdüğümüzde herkes kaçışıyordu. Ya diyordum yani neyiniz varsa getirin, kadınlara. Sonra bir alıştılar, reçellerini çıkartıyor, ballarını, eriştelerini...” (K2). “Bu bölgenin halkı da yaşam tarzında onlara adapte oldular” (K2). “Şimdi şu var yaşam tarzını derken tabi şimdi bakış açısını belli şeyler değiştirebiliyor, olumsuz anlamda söylemiyorum, olumlu anlamda değiştirebiliyor. Çünkü daha önce ona göre gelenek görenek örf ve adetlere göre ters olan bazı şeyleri belli kalıplar var çünkü insanlarda, onlar normal karşılanıyor. Yani dışarıda yemek bile kolay kolay kimse yemezdi ama şimdi kendi dahi çıkıyor diyor ki güzel bir gideyim akşam yemeğini dışarıda yiyeyim. Yani bu bile kültüründe bir farklılık ortaya çıkarttığını gösterdi diyebiliriz” (K5). “Ama sahada bizim gördüğümüz turizmci insanların özellikle yereldekilerin, kadınların ve gençlerin para kazanmakta veya ekonomik özgürlüklerini kazanması için ciddi bir enstrüman. Yani alternatif bir enstrüman” (K6). Sosyo-kültürel etkiler temasını elde etmeye yarayan yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda, Kırklareli’nde turizmden ekonomik gelir elde edenlerin ekonomik bağımsızlıklarını kazanmaları sebebiyle özgüvenlerinin artması ve devamında yöresel öğelerin sürekliliğinin sağlanması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, yerel halkın farklı kültürlerden insanları tanınması sonucunda yaşam tarzlarında da bir takım değişiklikler olduğu tespit edilmiştir.

Paydaşların Rekabet Algıları

Kırklareli turizmi paydaşlarının rekabet edilebilirlik algılarını ortaya çıkarmak amacıyla katılımcılara yöneltilen “rakip destinasyonları göz önünde bulundurduğunuzda, Kırklareli’nin turizm alanında rakiplerinden üstün olan yanlarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?”, “rakip destinasyonları göz önünde bulundurduğunuzda, Kırklareli’nin turizm alanında rakiplerinden eksik kalan yanlarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?” ve “rakip destinasyonları göz önünde bulundurduğunuzda, Kırklareli’nin turizm alanında rakiplerinin önüne geçmesi için yapılması gerekenlerin neler olduğunu düşünüyorsunuz?” sorularına verilen

yanıtlar analiz edildiğinde, “Paydaşların Rekabet Algıları” adlı bir tema ortaya çıkmıştır. Bu temayı ortaya çıkaran başlıca kodlar, “güçlü yönler”, “zayıf yönler” ve “öneriler” olmuştur. Paydaşların rekabet algıları temasını ortaya çıkaran kodlar, Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Paydaşların Rekabet Algıları (Tema 4)

Tema 1	Kodlar
Paydaşların Rekabet Algıları	• Güçlü Yönler
	• Zayıf Yönler
	• Rakip destinasyonlar
	• Engeller
	• Öneriler
	• Planlar
	• Yapılan çalışmalar

Paydaşların rekabet algıları teması katılımcıların ifadeleriyle desteklenecek olursa, öne çıkanlar şunlar olmuştur: “Aynı zamanda ormanla doğa iç içe mesela kamp yerleri kurulabilir profesyonel. Dediğim gibi safari turları düzenlenebilir. Enez ve Erikli’de bunlar yok, Şarköy, Kumbağ’da da yok. Aslında doğal zenginliklerin en çok olduğu yer İğneada ve Kıyıköy” (K7). “Edirne’yi belki tarihte ve kültürde geçemeyiz ama doğada geçeriz. Bir Longoz Ormanı örneği Türkiye’de yok. Buradan geçeriz tabi” (K8). “Yani bana göre üstün olduğumuz taraf bir kere en önemlisi doğamız. Sahil şeridimiz Türkiye’nin ikinci güzel sahil şeridi 16-17 kilometrelik sahil şeridi var” (K1). “Bölge dünyada bu büyüklükte iki tane Longoz Ormanından birine sahiptir. Kuzey Avrupa kuş göç yolları üzerinde bir istasyon. Yüzlerce çeşit kuş görebilirsiniz. Bunun yanında altı tane gölü var” (K2). “Oysaki Kırklareli hem deniz, hem doğa hem eko turizmi de göz önüne alınca ve orman bölgesi olması ve buradaki özellikle longozların, buradaki bitki çeşidinin yanında canlı yaban hayatın da çeşitliliği, kendi kendini pazarladığı anda rakip tanımaz bu bölge” (K9). “Üstün olduğumuz yerler, sanırım hem denize kıyası olup hem doğaya yakın olması, hem de kendi içinde de eski tarihi eserleri barındırması, aslında bizim büyük bir potansiyelimiz” (K10). “Yani Avrupa’ya yakın olmamız artı, sınır olmamız artı. Bence artımız eksimizden daha fazla diye düşünüyorum” (K5). “Orada bütün ufuk İstanbul’da bitiyor. İşte yanı başımızda İstanbul gibi 17 milyonluk bir potansiyel var” (K11). “Var yani, tarihler var, adetler var, o inanışlar var, böyle ilginç inanışlar var. Hepsi de Balkanlar’ın farklı bölgelerinden gelmiş, farklı gruplara ait kültürel nüveler. Hepsi değerli, hepsi güzel ve hepsi kültür turisti için anlamlı. O yüzden kültür turizmine ve gastronomiye biraz ağırlık verilebilir” (K6). “Şimdi birisi geldiği zaman eko turizmle geldiği zaman denizin de onu ikna edici bir özelliği olabilir. Şimdi Abant da deniz yok, göl var ama giremiyorsunuz veya işte Sapancada da öyle. Veya ne bileyim Çanakka- le’nin de eko turizm yapan yerleri denizi 3-4 kilometre

uzaktan görüyor. Ama bizim bölgede öyle değil hem eko turizm yapıp hem deniz turizmine de kayabilirsiniz. Bir gün o bir gün o. Mesela çocukları denizi istiyor ailenin, kendileri bilinçli turisttir. Bu şekilde hem denize çocuklarını götürüp hem eko turizm yapabilirler. Böyle çoklu bir mekanizma var. O mekanizma Kırklareli’nde var diye düşünüyorum ben” (K6). “Eksik kalan yanları, bir kere koordinasyon çok büyük bir eksiklik. Koordinasyon yok. Yani o İğneada ve Kıyıköy, mesela belediyelerle işbirliği içerisinde öncelikli olarak bir tespit çalışması yapılması gerekiyor. Bizim bu bölgemizin turizm açısından ne gibi eksikleri var” (K7). “Bölgemiz mevsim olarak yaz aylarına endeksli. Eylül Ekimden sonra burada deniz turizmi azaldıktan sonra dolayısıyla gelen turist sayısı da buna bağlı olarak azalmakta. Biz onu geçtik, deniz gümrüğü olsa yeter. Benim şahsi kanaatim. Turizme açık gümrük olsa yeter” (K1). “Şimdi ben tanıtımda çok emek sarf ettim, bölgenin tanıtımında ciddi bir mesafe aldım ama çok gelen oluyor, gelene de altyapıya ihtiyaç var bu sefer. Orada da kendimi suçlu hissediyorum. Altyapısını biz hazırlamamız lazım. Turist gelecek ama işte Longoz Ormanı gezdiremiyorsun turiste. Gerek ulaşım konusunda gerekse yasal engeller konusunda. Altyapı eksik olduğundan gezdiremiyoruz. Longoz’a gidip gezmesi için neyi göstereceksin adamlara, orada bir dinlenme yeri yok, bir lavabo bir ihtiyaç yerleri yok. Bir düzgün rehberin yok burayı anlatacak. Bunlar olmadığı zaman gelen turisti tatmin edemiyorsun, edemezsin yani” (K8). “Kıyıköy’e bak şimdi, Kıyıköy çok güzel. Kıyıköy’de konaklama hizmeti verecek bir yer yok. Bir tane doğru dürüst bir otelleri var, o da 20 odalı. Trafığı çözülüyor” (K2). “Mesela doktor problemi var. Devamlı burada 24 saat açık bir acil servis olması lazım, yok. Neden yok çünkü turizm alanı da değil, ilan edilemedi” (K2). “Bizim en büyük eksikliğimiz tanıtım eksikliği” (K12). “En önemli eksik bence tanıtım şu anda. Tanıtımda büyük eksiklik var. Dupnisa Mağarası’nda birazcık düzenleme yapıldı son yıllarda. Onun haricinde düzenleme alanında çok büyük eksikler var” (K13). “Benim gördüğüm konaklamadan başlıyor bu iş. Konaklama açısından biraz eksik. Turlar gelse de İğneada’da bir Resort Otelimiz var şu anda. Turist geldiğinde konaklatmamız lazım para harcatmamız lazım. Onu yapamıyoruz” (K5). “Bulgaristan tarafı yolunu bile yapmış, bizdeki bürokratik birtakım engellerden dolayı bu sınır kapısı açılmıyor” (K1). “Turizm bölge planını yaklaşık altı yıldır Bakanlığın masasında duruyor” (K2). “Kimsenin haberi olmadığı gibi tescil yapılmadı. Burada yüzlerce Trak mezarı var. Hazineciler kazıyor. Doymenler var öylece duruyor. Bunlar tescil yapılmadı. Biz şimdi gelen turiste burada ne göstereceğiz. Bunlar işte Trak mezarları da kazdılar hazineciler mi, nasıl olacak yani. İşte engeller bunlar” (K2). “Kıyıköy’ün turizminin gelişmesinde en önemli engeller sit alanlarıdır. Kasabanın her iki tarafından Kazandere ve Papuçdereleri geçmekte denize

ulaşmaktadır. Bu derelerin her iki yanı sit alanlarıdır. Dolayısıyla yapılaşma yasaktır” (K14). “Avrupada bu aydınlatma uygulamaları çok yaygın. Özellikle o mimari yapının rengine ve orijinallğine uygun aydınlatma yapıyorlar profesyonel. Biz bu şekilde önümüzdeki dönemde bunları planlıyoruz” (K7).

“Artık tanıtıma geçilmeli, envanter çalışmalarında bizim Kırklareli’ndeki kültürel zenginliklerimiz ortaya çıkartıldı. Bundan sonra bir öteye geçilip bunların gerekli tanıtımının yapılması gerekiyor” (K7). “Biletix üzerinden satış yapıyorlar. Erikli marka oldu potansiyel olarak. Mesela bizim İğneada ve Kıyıköy’de neden olmasın. Kıyıköy birinci yaz festivali” (K7). “Kırklareli’nin bazı bölgelerinin turizm bölgesi ilan edilmesi şeklinde, biran önce sonuçlanması gerekiyor. Sonuçlandıktan sonra yatırımcılar bu sefer rahat yatırım yapacaklar” (K8). “Spor kulüplerine açılabilir. Hatta bu sabah, tanıdığım bir spor antrenörü İstanbul’da, tesisleşme olursa burada niye bir yüzme kampı olmasın, traking kampı için çok uygun bir yer mesela” (K1). “Mesela burada Pedina gölü diye bir gölümüz var. Cennet gibi bir göl. Göl kurudu, adamın biri önündeki seti yıkmış, şimdi ona uğraşyoruz yapın arkadaş bak bu seti yapalım bu göl tekrar su tutsun. Bunlarla uğraşmak lazım, uğraşmazsan gidiyor” (K2). “Mesela İğneada’yı tabii işin doğasına dokunmadan, nasıl olur bilmiyorum ama onu da herhangi bir şekilde planlaması yapılır, yani bir yat limanı olarak değerlendirebilsek ve hatta o kıyıyı” (K11). “Kırklareli yani turizm çeşitlenmesinde sıkıntı yaşıyor ön plana çıkaramıyor, kendi öz değerlerini şey yapamıyor, fuarlara çok iyi katılmıyor. Çözüm çalıştayları yapmıyor. Turizmcileri toplayıp getirmiyor” (K15). “Geçtiğimiz yıl bağ rotası projesinden 12 bin civarında alım gücü yüksek misafiri Trakya’da ağırladık. Bu ağırlayış esnasında gördük ki insanlar işte 4-5 yıldızlı konaklarda konaklamak yerine, doğa içerisinde konaklamak istiyorlar. Kırklareli gibi sakin bir şehirde, güzel doğası olan bir şehirde özellikle butik otel yatırımları sonrası oluşabilecek olan turizm köşeleri ciddi anlamda turist çekecektir diye düşünüyorum” (K16).

“Oradaki çiftliklerin turizme kazandırılması, yani Hollanda’da işte bütün peynir yerlerini gezdik. Yani bir çiftlik gibi gidiyorsunuz işte restorani var, şovlar hazırlanmış, o peynirin hiçbir özelliği yok aslında lezzet olarak baktığımızda ama turist gidiyor sunum felaket ve oradan kalıp kalıp peynirler alıp çıkıyorsunuz” (K16). “Vize bölgesi diyelim mesela eko turizm alanı. Oradaki tuvalet sorununun tamamen çözülmesi lazım. Çöp sorununun tamamen çözülmesi lazım. Bunların üzerine gitmek lazım” (K6).

“Önümüzdeki süreçte biz de orayı bir kültür evi gibi ya da ilçemizin kültür potansiyeli yaratabilecek bir yer olarak canlılık katmak istiyoruz. Festivalimiz var bü-

yük bir potansiyele sahip. Bu sene 46’ncısını gerçekleştireceğiz. Bunu mesela biz ulusal düzeyde bir marka haline dönüştürmek istiyoruz” (K7). “Şimdi buranın rüzgar ölçümlerini yaptırıldı. Rüzgâr ölçümleri sörf için çok uygun. Şimdi sörf okulu açıyorum. Hani sörf nasıl Alaçatı sörfle Alaçatı oldu” (K2).

“Şimdi turizm çeşitlerinden birisi biz özellikle Balkanlarla ortak projelerimiz var sizde yakından şey yapıyoruz, bu Balkan’daki yöresel kültürün, o bölgedeki yöresel kültür ile bizim yöresel kültürün kaynaşması adına o bölgeden insanlar buraya getirmek, bu bölgeden insanları oraya götürmek, kaynaşmak ve turizm çeşitliliği oluşturuyoruz komşu ülkelerle. Şu anda yaptığımız o” (K9).

“Beraber gideceğimiz burada en azından bir antik tiyatro var. Buranın kazı çalışmasının başlatılmasını istiyoruz açıkçası. Bu çalışmalarımız da var yani” (K5). “Evet, ciddi anlamda. İkinci konu Mustafa Kemal’in Selanik’te doğduğu evin aynısını yaptık. Yıllık 600 bin bir potansiyel düşünüyoruz” (K12). “Yine çocuklara yönelik Türkiye’de çok sayılı yapanlardan bir tanesiyiz. UNICEF ile ortak projeler yürütülüyor ve yaklaşık 27 seneden beri de uluslararası bir çocuk şenliği yapıyoruz. 23 Nisan Çocuk Şenliği ama yani o inanılmaz boyutlarıyla, başlı başına” (K17). “Mesela biz bu sene 9’uncusunu yapacağız beş günlük kültür turizm festivali yapıyoruz. Bu festival bizi hakikatten çok yerlere tanıttı. Çünkü beş gün boyunca gece ve gündüz çok ünlü sanatçıları getiriyoruz ve Kırklareli ilçelerinden, Edirne tarafından, Trakya’dan çok insan geliyor. 10 bin kişinin geldiğini biliyorum geçen yıl” (K4).

“Burada gelen insanlara bir kere çok ciddi alan rehberlerim var, gelen insanlara, tabii gelen turistin amacına bağlı bu. Gelen insanlara traking yaptırıyoruz, çeşitli rotalarımız var. Bu rotalar sizin isteğinize ve kapasitenize göre değişiyor. Dört kilometre de yürüyebilirsin, 14 kilometre de yürüyebilirsin. Sonra bunun yanında ata bindiriyoruz. Bunun yanında ATV yaptırıyoruz. Kano yaptırıyoruz Mert Gölü’nde. Su sporlarımız var. Başka bir yer daha açtık orada aqua falan koyduk. Yani buraya gelen insanların doğadan faydalanması için her türlü aktiviteyi yaptırıyoruz. Ekim ayında düşünün mantar günleri yapıyoruz, bunun için kültür turları geliyor” (K2).

“Sakin şehirle beraber yürüttüğümüz yöresel yemeklerin yapıldığı bir alan yaptık mesela dışarıdan turist geldiğinde onlara bu imkânı, oturup orada zaman geçirebilecekleri imkân sağlayabilecek ortamlar yaratmaya çalıştık. Şimdi tabii yürüyüş rotaları yapmaya çalışıyoruz, kendi çabalarımızla” (K5). “2016 yılından bu yana Kırklareli’nde eko turizmin geliştirilmesi yönünde bir seferberlik başlattık. Köylerde eğitimler verildi köy kadınlarına. Pansiyonculuk nasıl yapılır, misafir nasıl ağırlanır diye. Bölge gezileri yapıldı, hedef pazarlar-

dan turizmciler bölgeye getirildi. Onlara sosyal medya kampanyaları yapıldı, diğer mecralardan tanıtımlar yapıldı ve bunun meyvelerini de aldık” (K6).

Paydaşların rekabet algıları temasını elde etmeye yarayan yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda, bölgedeki rakip destinasyonlarda sınırlı sayıda olan doğa ile iç içe kamp alanlarının sayısının artırılması ve safari turlarının düzenlenmesinin rakiplerin önüne geçecek güçlü yönler olabileceği saptanmıştır. Paydaşların, Kırklareli'nin özellikle doğal zenginlikleriyle bölgedeki rakiplerin önüne geçebileceğini düşündüğü ve bu zenginliğin turistik ürün oluştururken öncelikle dikkate alınması gerektiğini düşündükleri görülmüştür. Kırklareli'nin rakiplerinden üstün yanının deniz ve doğaya birlikte sahip olarak hem deniz turizmi hem de eko turizm motivasyonu ile yönelen turistlere hitap edebilecek bir potansiyeli olduğu düşünülmektedir. Konaklama imkanlarının kısıtlılığı, tanıtım ve turizm konusundaki koordinasyon eksikliğinin Kırklareli'nin zayıf yönlerinden olduğu tespit edilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmada, Kırklareli'de turizm gelişiminde yer alan yerel halk dışında turizm arzı oluşturan paydaşların bölge turizmi ile ilgili görüşleri ele alınmıştır. Çalışmanın bu bölümünde literatürle ilintili olarak paydaşların görüşlerine ve konu hakkında çözüm önerilerine yer verilmiştir.

Katılımcılar turizmin, ekonomik etkileri bakımından başta yiyecek içecek işletmeleri olmak üzere konaklama bakımından hem otellere hem de ev pansiyonculuğuna önemli katkıları olduğuna değinmişlerdir. Ayrıca turizmin tarım ve yöresel ürünlerin satışı vasıtasıyla yerel halka istihdam ve kazanç olanağı yarattığını ifade etmektedirler.

Turizmin gelişimiyle farklı turist tiplerinin (gelir, yaş, eğitim, yaşam tarzı) bölgeye gelmesi söz konusudur. Bunun sonucunda, yerel halkın ön yargılarının ortadan kalkması ile birlikte insan ilişkilerinde sosyal davranış bakımından olumlu yönde gelişme kaydettikleri, yerel ürün satışları ile ekonomik bağımsızlıklarına kavuştukları ve buna bağlı olarak özgüven kazandıkları katılımcılar tarafından ifade edilmektedir. Bu bakımdan turizmin yerel halkın yaşam tarzında birtakım değişiklikler yaratmasının yanı sıra kadın ve gençlerin istihdama katıldığı daha demokratik bir yerel toplum anlayışı oluşturdu söylenebilir.

Öte yandan katılımcılar, bölgenin doğal ve kültürel kaynak bakımından çevre iller ve Türkiye'deki pek çok destinasyona göre yüksek çekiciliğe sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu bakımdan bölgenin nadir görülen flora ve fauna özellikleriyle birlikte, denizi, gölleri,

geniş ormanlık alanları gibi doğal kaynakları, keşfedilmeyi bekleyen tarihi alanları ve sahip olduğu balkan kültürü farklı turizm türlerine yönelik birleşik bir ürün sunmak için fırsat olarak görülmektedir. Bölge doğa temelli turizmin yanı sıra gastronomi ve kültür turizmi bakımından çeşitli potansiyelleri içinde barındırmaktadır. Ayrıca İstanbul'a yakın olması ve yurtdışına sınırının bulunması bölgenin ulaşılabilirlik açısından oldukça önemli bir konumda olduğunu göstermektedir.

Kırklareli'nin sahip olduğu tüm bu özellikler turizm arz kaynakları bakımından çevredeki alternatif destinasyonlardan çok daha fazlasına sahip olduğunu göstermektedir. Ancak gerek devlet kurumları ve özel işletmeler arasında gerekse diğer paydaşların turizmle ilgili sürece katılımı konusunda büyük problemler bulunmaktadır. Örneğin, doğa motivasyonu ile bölgeye gelen turistler için gezinti yolları ve bu yollar üzerinde temel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri alanlar bulunmamaktadır. Bunun dışında bölge halen turizm bölgesi ilan edilmemesine karşın gün geçtikçe turist sayısında artış kaydedilmektedir. Bu durum bölgenin plansız gelişimine ve çevrenin kirletilmesine yol açmaktadır. Nitekim katılımcılar gelen turistlerin bıraktıkları atıklardan, çevrede terk edilmiş sokak hayvanlarının bulunmasından ve turistlerin bilinçsiz olduğundan şikâyet etmektedir. Ayrıca bölgede çok yönlü turizm kaynakları bulunmasına ve bunlara ilişkin pek çok envanter çalışması yapılmasına karşın, tanıtım konusunda yine belirli bir yol kat edilememiştir. Destinasyonun çekicilik unsurları ve müşterilerin kalite algısı rekabet gücünü doğrudan etkileyebilecektir. Destinasyonların sürdürülebilirliği ve rekabet gücü arasındaki bağ, turizm açısından birlikte kullanılabilen iki önemli olgu haline gelmiştir. Bölgede yeterince çekicilik oluşturan doğal turizm arz kaynağı bulunmasına karşın plansız gelişimden (Altyapı-üstyapı, eğitim vb.) kaynaklı sorunlar nedeniyle ziyaretçilerin kalite algısı sınırlı olmaktadır. Bu durum özellikle ekonomik ve sosyal açıdan katma değer yaratan turist gruplarının bölgeyi tercih etmesinin önündeki engel olarak ifade edilebilir.

Bir diğer önemli konu ise taşıma kapasitesi ve mekânsal planlama eksiklikleri gibi bölgedeki koruma kullanma dengesinin kısıtlı olmasıdır. Bölge için çevrenin taşıma kapasitesine uygun hareket edilmediğinden dolayı, atık ve altyapı problemlerinin ortaya çıktığı söylenebilir. Bu nedenle koruma kullanma dengesinin sağlanması, taşıma kapasitesi gibi bilimsel verilere dayalı ve planlı bir turizmin gelişimi ile mümkün olabilecektir.

Bir yandan yerel halk uzun vadeli refah gelişimini, ziyaretçiler üst düzeyde memnuniyeti, yerel işletmeler çarpan etkilerini ve karlılığı sağlamaya çalışırken diğer yandan turizmin gelişiminde planlama ve yatırım ka-

rarlarını onaylayan yerel yönetimler ve merkezi devlet otoritesi bu doğrultudaki hedefleri optimize eden bir yaklaşımla ele alarak turizmin gelişimini sağlamaya çalışmalıdır. Bu noktada bölgede turizm arzını yaratan çevre kapasitesi ve özelliklerine dayalı bir temelde paydaşların planlama faaliyetlerini sürdürmesi gereklidir.

Bazı çalışmalar, yereldeki geleneksel tarım ve yapıların modernleşmeye başlamasıyla birlikte bir yandan kırsal kesimdeki yerel halkın turizme katılımı; diğer yandan turistlerin bu tür alanlara yönelik ilgisinin azaldığı üzerinde durmaktadır. Benzer şekilde kırsalda turizme katılımın artırılmasıyla birlikte yerel halkın istihdam fırsatları nedeniyle bölge dışına gitmesinin önüne geçildiği, aynı zamanda aile içi sosyal ilişkilerin pekişerek sosyal istikrarın yakalanabileceği bilinmektedir. Buradan hareketle bölgede yalnızca fiziksel çevrenin değil; aynı zamanda kültürün ve kültürün kapsadığı üretim biçimleri ile mevcut sosyal yapının da turizm içerisinde sürdürülebilmesi gerekmektedir. Nitekim turizmde kaynaklar (fiziksel ve sosyal) verimli biçimde kullanılmadığında, sosyoekonomik beklentiler de gerçekleşmemektedir.

Yukarıdaki öneriler gözetilerek; bölge için planlama ve yatırım gibi konuların çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini gözeterek bir yapı temelinde yükseltilmesi, turizm paydaşlarının koordinasyon içerisinde hareket etmesiyle mümkün olabilecektir. Bu sayede bölgede turizmin gelişimine yönelik bütünlük politikaların ortaya konması mümkün olacaktır. Böylece bölgenin diğer turizm bölgelerine göre rekabet üstünlüğünü elde etmesi olanaklı hale gelebilecektir.

Bu çalışma, destinasyonlarda rekabet ve paydaşların tutumları konusunda kısıtlı ölçüde literatüre katkı sağlamaktadır. Çalışmaya ilişkin veriler izin alınarak, çalışmaya dahil yerel yönetimlerle paylaşılmıştır. Bu bakımdan bölgede turizmin gelişimindeki eksiklikler ve paydaşlar arası koordinasyon problemlerine ilişkin bilgilendirilmeleri sağlanmıştır. Öte yandan araştırmanın ileriki çalışmalara, bölgedeki turizm talebinin araştırılarak beklentilerin turizm planlamasına entegrasyonunun sağlanabilmesi bakımından tamamlayıcı nitelikte olabileceği düşünülmektedir. Bu araştırma, Kırklareli turizminin paydaşlarının saha çalışmasının gerçekleştiği dönemdeki algılarını ortaya koymayı amaçladığından gelecek çalışmalara öneriler; paydaşların belirttiği eksikliklerin ne derece giderildiği, eksiklikler devam ediyorsa sebepleri ve çözüm önerileri, düzeltilen aksak yanların Kırklareli turizmine ne derecede katkı sağladığı ve benzeri konularda yapılabilecek çalışmalardır. Bir diğer öneri ise arz unsuru olan paydaşların algılarını ortaya koyan bu araştırma ile karşılaştırma yapmak amacıyla, talep unsuru olan turistler ile de nicel veya nitel yöntem ile elde edilecek verilerin tartışılmasıdır.

KAYNAKÇA

- Archer, B. H & J. Fletcher (1996). The Economic Impact of Tourism in the Seychelles. *Annals of Tourism Research*, 23 (1): 32–47.
- Aslam, J., Ameta, S.K., Aslam, R. & Iqbal, O. (2018). Tourism in Kashmir Valley: Growth, environmental impacts and sustainability. *Bioscience*, 6(6), 1095-1106.
- Bogdan, Ş., Nicoleta, M. & Ioan, C. (2019). Factors Influencing Tourism Development and The Relationship Between Tourism And The Environment, *Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*.
- Bornhorsta T., Ritchie B. & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs and destinations: An empirical examination of stakeholders' perceptions. *Tourism Management*, 31(5), 572–589.
- Bruyere, B. L., Beh, A. W., & Lelengula, G. (2009). Differences in perceptions of communication, tourism benefits, and management issues in a protected area of rural Kenya. *Environmental Management*, 43(1), 49–59.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, Special Issue: The Competitive Destination*, 21(1), 97-116.
- Choi, H.C. & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27, 1274–1289.
- Díaz, M.R. & Rodríguez, T.F.E. (2016). Determining the Sustainability Factors and Performance of a Tourism Destination from the Stakeholders' Perspective. *Sustainability*, 8 (951), 1-17.
- Dilek, E & Küçükaltan, E. G. (2018). Hayvan odaklı turizm faaliyetlerine meta eleştirel bakış: Türkiye örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1), 1-12.
- Dünya Turizm Örgütü (2015). UNWTO Annual Report 2015. <https://www.unwto.org/archive/global/publication/unwto-annual-report-2015>.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2010). *Tourism Economics and Policy*. Bristol: Channel View.
- Ergüven, M. H. (2009). *Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen, Erscheinungsformen, Probleme, Perspektiven: Das Beispiel Alanya*. Berlin: Weisensee Verlag.
- Garau, C. (2015). Perspectives on Cultural and Sustainable Rural Tourism in a Smart Region: The Case Study of Marmilla in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 7, 6412-6434.
- García Mesanat, G. (2005). *Medición de la Capacidad de Carga de La Población Local y Los Turistas en un Destino Turístico*. PhD diss., Universidad de Valencia.
- Gümüş, N. & Özüpekçe, S. (2009). Foçada turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Healey, P. (1998). Collaborative Planning in a Stakeholder Society, *Town Planning Review*, 69, 1-21.
- Jaafar, M., Kayat, K., Tangit, T. M., & Yacob, M. F. (2013). Nature-based Rural Tourism and its Economic Benefits: A Case Study of Kinabalu National Park. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(4), 342–352.
- Job, H. & Vogt, L. (2004). Freizeit/Tourismus und Umwelt – Umweltbelastungen und Konfliktlösungsansätze. İçinde. *Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick* Becker, C., Hopfinger, H. & Steinecke, A. 851-864. München: Oldenburg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Kheiri, J. & Nasihatkon, B. (2016). The effects of rural tourism on sustainable livelihoods (case study: Lavij rural, Iran). *Modern Applied Science*, 10(10), 10-22.
- Kozak, M. (2014). *Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A. & Kozak, M. (2019). *Genel Turizm : İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuvan, Y. & Akan, P. (2012). Conflict and Agreement in Stakeholder Attitudes: Residents' and Hotel Managers' Views of Tourism Impacts and Forest-related Tourism Development. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 571–584.
- Langer, G. (1995). *Tourismus und Umwelt: Überlegungen zur relativen Gewichtung von Umweltbelastungen*. *Revue de Tourisme - The Tourist Review - Zeitschrift für Fremdenverkehr* April, 60-78.
- Luštický, M., & Musil, M. (2016). Towards a Theory of Stakeholders' Perception of Tourism Impacts. *Czech Journal of Tourism*, 5(2), 93–110.
- Lynch, R. (2003). *Corporate Strategy*, (3. Baskı). Harlow: Pearson Education.
- Mazanec, J., Wober, K. & Zins, A.H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation. *Journal of Travel Research*, 46, 86–95.
- Metin, T.C. (2019). Motivations of Nature-Based Tourists. Chapter 7th, (Edt. Çakır, O.). *Travel Motivations: A Systematic Analysis Of Travel Motivations İn Different Tourism Context*, Pp. 174-200. Publisher: Lambert Academic Publishing.
- Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: The Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24, 203–216.
- Rio, D. & Nunes, L. M. (2012). Monitoring and evaluation tool for tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 4, 64-66.

- Rodríguez-Díaz, M. ve Espino-Rodríguez, T. F. (2008). A model of strategic evaluation of a tourism destination based on internal and relational capabilities. *Journal of Travel Research*, 46 (4), 368-380.
- Schmude, J. & Namberger, P. (2010). *Tourismusgeographie*. Darmstadt: WBG (Wissenschaftliche Buchgesellschaft).
- Sdrali, D., Goussia-Rizou, M. & Kiourtidou, P. (2015). Residents' perception of tourism development as a vital step for participatory tourism plan: A research in a Greek protected area. *Environment, Development and Sustainability*, 17(4), 923-939.
- Semerçiöz, F., Dönmez, D. & Dursun, M. (2008). Relationships Between Destination Management Organizations and Destination Stakeholders Destination Stakeholders A Research In Regions of Marmara, Aegean And Mediterranean in Turkey Aegean and Mediterranean in Turkey, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1, 87-101.
- Silva, L. & Leal, J. (2015). Rural tourism and national identity building in contemporary Europe: Evidence from Portugal. *Journal of Rural Studies*, 38, 109-119.
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A. & Sinclair, M. T. (2010). *The Economics of Tourism*, Second Edition, London and NewYork: Routledge.
- Su, M. M., Wall, G., Wang, S.G. (2017). Yujiale fishing tourism and island development in Changshan Archipelago, Changdao. *China Island Studies Journal*, 12 (2), 127-142.
- Su, M., M., Wall, G., Wang, Y. & Jin, M. (2019). Livelihood sustainability in a rural tourism destination - Hetu Town, Anhui Province, China. *Tourism Management*, 71, 272-281.
- Su, M.M., Sun, Y.H., Jiao, W.J. & Min, Q.W. (2018). A community livelihood approach to agricultural heritage system conservation and tourism development: Xuanhua grape garden urban agricultural heritage site, Hebei Province of China. *Sustainability*, 10 (2), 361-374.
- Ven, S. (2015). Residents' participation, perceived impacts, and support for community-based ecotourism in Cambodia: A latent profile analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(8), 836-861.
- Vorlauffer, K. & Becker-Baumann, H. (2004). *Mas-sentourismus und Umweltbelastungen in Entwicklungsländern: Umweltbewertung und -verhalten der Thai-Bevölkerung in Tourismuszentren Südthailands*. İçinde. *Geographie der Freizeitund des Tourismus: Bilanz und Ausblick* Becker, C., Hopfinger, H. ve Steinecke, A. 877-887. München: Oldenburg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Wengraf, T. (2001). *Qualitative research interviewing: Biographic narrative and semistructured methods*. Sage.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoon, Y. (2002). Development of a Structural Model for Tourism Destination Competitiveness from Stakeholders' Perspectives, Virginia Polytechnic Institute and State University, 213 pages; AAT 3061281.
- Zehrer, A. & Hallmann, K. (2015). A stakeholder perspective on policy indicators of destination competitiveness. *Journal of Destination Marketing ve Management*, 4, 120-126.
- Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın verileri Kırklareli Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü'nün KLUBAP-163 - 31.05.2018 nolu ve "Kırklareli İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Rekabetçi Konumlandırma Stratejilerinin Belirlenmesi" başlıklı projesinin desteğiyle temin edilmiştir.
- Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.
- Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.
- Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
- Etik Kurul Onayı:** Bu çalışmada veri toplama süreci 21-30 Temmuz ve 10-14 Ağustos 2018 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir.
- Araştırmacıların Katkı Oranı:** 1. Yazar = 25%, 2. Yazar = 25 %, 3. Yazar = 25%, 4. Yazar = 25%

Extensive Summary

The Research on the Effects of Tourism Regarding the Destination within the Scope of Stakeholder Perceptions

Nilüfer VATANSEVER TOYLAN, Emrullah TÖREN, Taki Can METİN*, Mehmet Han ERGÜVEN

INTRODUCTION

Within the complex system constituting a destination, sustainability and sustainable development are key concepts for retaining competitiveness in the long run. Sustainability is achieved with simultaneous activities under three main categories: economic, sociocultural, and environmental. The holistic vision of sustainability can be observed when relations between different stakeholders in a destination are analyzed. Unplanned growth in tourism destinations can lead to economic, sociocultural, and environmental losses. Thus, in order to ensure the sustainability of a destination, the stakeholders must set integrated goals. This study aims to determine the position of Kırklareli in a competitive framework, identify its strengths, weaknesses, drawbacks, and what can be done to give Kırklareli a competitive edge, from the perspectives of the stakeholders.

Along with the positive economic effects of tourism such as the balance of payments, revenue, employment, investments, and developments, a number of negative effects such as the cost of opportunity, overdependence on tourism, regional inflation, seasonal fluctuation, alien labor, and an increase in importation can be mentioned as well. In addition, the incentives for tourism in rural areas depend on various perceived benefits, particularly on diversification of the regional economy both in the sense of tourism and employment and the creation of new markets for local products dynamic nature of tourism affects the relations between stakeholders as well. The roles and relations of the stakeholders in a destination are also influential on the development and strategic goals of a destination. However, as each stakeholder wants to achieve their own goals, conflicts may arise among these parties. Thus, all parties aim to achieve a sustainable balance between economic gain and sociocultural and environmental costs.

Tourist destinations play two crucial roles, namely increasing the social and economic prosperity of the local communities, and providing various touristic experiences and activities to visitors. In a tourist destination, hotels, travel agencies, restaurants, universities, governments, etc. are the main stakeholders. The cooperation of these stakeholders in resolving tourism policies to arrive at a consensus comes with potential benefits for all parties involved. The stakeholder theory has been increasingly gaining popularity. This approach is closely related to the sustainable tourism approach. Tourism here is conceived as a means of ensuring the effective use of natural resources, the sociocultural development of local communities, income for stakeholders, and providing economic security. However, tourism has the potential to affect a destination both positively and negatively. Therefore, it is important to plan and responsibly manage the development of tourism in a way that is to the benefit of all stakeholders in a destination. As stakeholders of tourism are regarded to be critical for the success of tourism in a region, their opinions in planning and developing tourism must be acknowledged.

METHODOLOGY

This study aims to determine to what extent tourism stakeholders perceive the positive and negative effects of tourism. In line with this objective, the statements of tourism stakeholders in Kırklareli province were portrayed and evaluated. The domain of this study consists of representatives of private and public institutions that were considered to be directly involved with tourism in Kırklareli and held administrative positions. As this study does not aim to reach a statistical generalization, the purposive sampling method was employed. A total of 17 participants including Mayors and Deputy Mayors of Kırklareli Merkez, Babaeski, Kofçaz, Pınarhisar, Vize, Lüleburgaz districts and towns of İğneada and Kıyıköy, hotel general managers from İğneada and Merkez, a company official from a travel firm in Kırklareli Merkez, a representative from Trakya Kalkınma Ajansı (Thracian Development Agency), a government official from the Kırklareli Provincial Directorate of Tourism, a representative from a national travel agency, a representative from İstanbul Chamber of Travel Guides, and a representative from a non-governmental tourism organization. The participants were selected with the maximum variation sampling method which is a qualitative purposive sampling method. The goal of the maximum variation sampling is to limit the size of the sample group while maximizing participant diversity. There have been some limitations to the sampling process which are due to the fact that a number of private sector representatives could not be

* Corresponding author at: Kırklareli University, Tourism Faculty, E-Mail Address: takicanmetin@klu.edu.tr

reached, as well as the exclusion of local community representatives due to constraints in time and cost. Therefore, representatives of local administrative authorities regarding tourism and representatives of four substantial private enterprises in accommodation and transportation sectors. In terms of the number and qualifications, 17 individuals selected as participants were found to be sufficient to analyze how tourism is perceived in Kırklareli. The data was collected between July 21-30 and August 10-14 in 2018, via face to face interviews in Kırklareli (Merkez, Babaeski, Kofçaz, Pınarhisar, Vize, Lüleburgaz districts and the towns of İğneada and Kiyıköy), Tekirdağ (Süleymanpaşa district) and İstanbul. The 17 participants in this study consist of eight municipality representatives (Mayors, Deputy Mayors), five representatives from the private sector, one official from Thracian Development Agency, one official from Provincial Directorate of Tourism, and two NGO and chamber representatives. The data was collected by means of open-ended questions with the semi-structured interview technique which is one of the qualitative research methods. The questions were prepared under four main themes in order to evaluate the environmental, economic, sociocultural effects of tourism and the sense of competitiveness in stakeholders. In addition, to determine if there may be any other themes than the ones specified beforehand, broader conversations were held with the participants. The interviews lasted between 25-35 minutes. "Content analysis" method was employed in the evaluation of interview records which were read one by one by the researchers. Content analysis is a method that aims to identify the data, unveil the facts that are hidden in the data, gather similar data under certain concepts and themes, and organize and evaluate them in a way that the reader can comprehend. There are four stages in this type of analysis; namely, coding data, finding themes, organization of codes and themes, and the identification and evaluation of the findings. A total of 423 minutes of interview recordings were made. The audio data was then transcribed into a written document of 110 pages. Participant statements were then coded, and from the concentration of codes, themes were generated. The analysis of the documents showed that there are four main themes. Four of the codes were found under environmental effects, five under economic effects, six under sociocultural effects, and seven under the theme of sense of competitiveness in stakeholders. The participants were referred to as K1-K17.

FINDINGS

The analysis of responses to the question "what can you say about the environmental effects tourism has on Kırklareli," which aimed to determine the

effects of tourism on the environment, generated the theme of "Environmental Effects." The main codes that constitute this theme were found to be "solid waste" and "day-trippers." The analysis of responses to the questions "what can you say about tourism's effects on the economy of Kırklareli," and "what can you say about tourism's effect on the economy of your district/town," which aimed to determine how the local economy is affected by tourism, generated the theme of "Economic Effects." The main codes that constitute this theme were found to be "contribution to local goods" and "contribution to accommodation establishments." The analysis of responses to the questions "what can you say about the cultural effect of tourism on Kırklareli," and "what can you say about the cultural effect of tourism on your district/town," which aimed to determine how tourism affects Kırklareli socially and culturally, generated the theme of "Socio-Cultural Effects." The main codes that constitute this theme were found to be "changes in lifestyles" and "instilling confidence in local residents." The analysis of responses to the questions "what do you think are the superior aspects of Kırklareli with reference to rival destinations," "what do you think are the shortcomings of Kırklareli with reference to rival destinations," and "with reference to rival destinations, what aspects of Kırklareli do you think that needs to be ameliorated to get ahead of its competitors," which aimed to determine the sense of competitiveness in tourism stakeholders in Kırklareli, generated the theme of "Sense of Competitiveness In Stakeholders." The codes constituting this theme were found to be "strengths," "weaknesses," and "suggestions."

CONCLUSION

The results of this study show that the participants mentioned that tourism has important economic contributions particularly to the food and beverage sector, as well as hotels and boarding houses with respect to accommodation. They also touched upon the positive effects of tourism on local employment and revenue by means of increasing the sale of agricultural and local goods. Participants in this study suggested that this region is far more superior in natural and cultural attractions compared to many other destinations in its vicinity and in Turkey in general. In this sense, along with the flora and fauna endemic to the region, natural resources Kırklareli offers such as the sea, lakes, vast forestlands, its historical sites waiting to be explored, and its cultural richness that is uniquely Balkan create an opportunity to offer experiences that are a combination of different types of tourism. It is believed that all of the regional problems are caused by the lack of a tourism plan based on the preservation of regional elements and resources (social and physical) as well

as the deficiency of investments to this end. In order to build a tourism structure regarding planning and investments based on the environmental, social, and economic factors, all of the tourism stakeholders in the region must be in cooperation. Thus, it would be possible for Kırklareli to have a competitive edge over other tourism destinations in the region.