



# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Destinasyon Planlamasında SWOT Analizi: İzmir Üzerine Sistemik Alanyazın Taraması\*

Hümevra DOĞRU DAŞTAN\*\*

<sup>a</sup> Greenwich Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim ve Pazarlama Bölümü, Londra, İngiltere, E-mail: h.dogrudastan@greenwich.ac.uk,

ORCID: 0000-0002-3595-1274

### Öz

İzmir doğal güzellikleri, tarihi zenginlikleri ve iklimi ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Buna karşın, Akdeniz çanağındaki diğer destinasyonlarla kıyaslandığında gelen ziyaretçi sayısı, kalış süresi ve harcama miktarı açısından bu potansiyelini yeterince kullanmadığı görülmektedir. Bu araştırmanın amacı sistemik alanyazın taraması ile İzmir'in turizm açısından sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler ile İzmir'de turizm gelişimi için fırsat yaratacak unsurları ve tehdit yaratacak faktörleri ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında yapılan arama sonucunda öz kısmında "İzmir" ve "turizm" kelimelerini içeren 61 makaleye ulaşılmıştır. Araştırmada doküman analizi yöntemi benimsenerek veri analizi sürecinde Microsoft Excel ve SPSS programlarından yararlanılmış ve makaleler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma bulguları incelenen makalelerin özellikleri, güçlü ve zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler olmak üzere beş ana başlıkta özetlenmiştir. Bu çalışmada ortaya çıkarılan güçlü ve zayıf yönler ile tehdit ve fırsatların ilgili alanyazına katkı sağlaması ve bulgular doğrultusunda dile getirilen önerilerin hem karar alıcılar hem de uygulayıcılar için yol gösterici olması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İzmir, turizm, SWOT analizi, alanyazın incelemesi.

### SWOT Analysis in Destination Planning: A Systematic Literature Review on Izmir

### Abstract

Despite having natural resources, rich history, and a favorable climate, İzmir has not been able to fully utilize its tourism potential in terms of visitor numbers, length of stay, and expenditure compared to other destinations in the Mediterranean region. The purpose of this research is to identify İzmir's strengths and weaknesses in tourism, as well as the opportunities and threats that will create or hinder tourism development in İzmir through a systematic literature review. As a result of the search conducted in the TR Index and Web of Science databases, 61 articles containing the keywords "İzmir" and "tourism" in the abstract section were reached. The document analysis method was adopted in the research. In the study, Microsoft Excel and SPSS programs were utilized in the data analysis process, and the articles were subjected to content analysis. The research findings were summarized under five main categories: characteristics of the reviewed articles, strengths, weaknesses, opportunities, and threats. It is expected that the strengths and weaknesses, as well as the opportunities and threats identified in this study, will contribute to the relevant literature and that the recommendations made in line with the findings will guide both decision-makers and practitioners.

**Keywords:** İzmir, tourism, SWOT analysis, literature review.

JEL CODE: L52, L83, O18

*Makalenin Geçmişi:*

Gönderim Tarihi : 11.06.2023

Düzeltilme : 28.08.2023

Kabul : 19.09.2023

Makale Türü : Derleme Makalesi

Doğru Daştan, H. (2023). Destinasyon Planlamasında SWOT Analizi: İzmir Üzerine Sistemik Alanyazın Taraması, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 265-284.

\* Bu araştırma etik kurul kararı gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: h.dogrudastan@greenwich.ac.uk

## GİRİŞ

Dünya Turizm Örgütü'nün (2020) verilerine göre 2019 yılında uluslararası turist hareketliliği bakımından dünyada altıncı sırada yer alan Türkiye, aynı yıl içinde 51,2 milyon yabancı turist tarafından ziyaret edilmiştir. Aynı yıl İzmir'de konaklayan yabancı turist sayısı ise 1,42 milyon olup İzmir, bu açıdan Antalya, İstanbul ve Muğla'dan sonra Türkiye'nin en fazla yabancı turist ağırlayan dördüncü ili konumundadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). İzmir, başta deniz ve kıyı turizmi olmak üzere kültür turizmi, kongre ve fuar turizmi, sağlık turizmi ve eko-turizm gibi alternatif turizm türleri açısından ziyaretçilerin ilgisini çeken bir destinasyondur. Buna karşın İzmir'in rakibi olabilecek ve kendi nüfuslarından fazla turist çeken Akdeniz çanağındaki diğer destinasyonlarla (Barselona, Atina, Marsilya, vb.) kıyaslandığında İzmir'e gelen yabancı turist sayısının yetersiz olduğu görülmektedir (İzmir Vakfı, 2021).

Stratejik destinasyon planlamasının en önemli aşamalarından birisi destinasyonların SWOT analizinin yapılmasıdır. Böylece destinasyonların sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler ile destinasyonun karşılaşılabileceği fırsat ve tehditler ortaya konulmaya çalışılmaktadır (Acar, Avcı & Erat, 2017: 1337). Aynı zamanda stratejik yönetimde en sık kullanılan yöntemlerden birisi olan SWOT analizi, bir turizm destinasyonu ve çevresi tarafından gösterilen iç potansiyelin güvenilir bir şekilde teşhis edilmesine yardımcı olurken, bir devlet, yerel yönetim ya da işletme birimi (pazarlama, finans, lojistik, vb.) tarafından yerine getirecek herhangi işlemlerle ilgili genel ya da kısmi stratejiler oluşturmak için kullanılmaktadır (Goranczewski & Pucito, 2010:48). Alan yazında birçok araştırmacı farklı konularda SWOT analizi yapmak amacıyla sistematik literatür taraması yöntemini kullanmıştır (Bonfante ve ark, 2021; Keshta ve ark, 2022; Paes ve ark, 2019). Bu çalışmada da İzmir'deki turizm sektörünün SWOT analizini yapmak amacıyla sistematik alanyazın taramasının seçilmesinde ve içerik analizinin gerçekleştirilmesinde bu çalışmalar yol gösterici olmuştur.

Bu araştırmanın amacı, İzmir'de turizmin güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek sahip olduğu fırsatları ve karşılaştığı tehditleri ortaya çıkarmaktır. Araştırma kapsamında ulusal ve uluslararası alanyazının incelenmesi sonucu elde edilen veriler için içerik analizi ile Güçlü Yönler (Strengths), Zayıf yönler (Weaknesses), Fırsatlar (Opportunities) ve Tehditler (Threats) kelimelerinin baş harflerinden oluşan SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Mevcut alanyazında birçok araştırmacı İzmir'in turizm açısından hak ettiği yeri göremediğini ve potansiyelini tam olarak kullanmadığını vurgulamaktadır (Baykal ve Ataberk, 2020; Mirza, 2016;

Okuyucu, 2020). Dolayısıyla İzmir'i konu alan makalelerin kapsamlı bir analizinin yapılarak İzmir'in turizm açısından güçlü ve zayıf yönleri ile İzmir'in turizm gelişimi açısından oluşabilecek fırsat ve tehditlerin ortaya konulması önem arz etmektedir. Alanyazın açısından İzmir'de turizmin SWOT analizinin yapılması alanyazına katkı sağlarken, destinasyon yönetiminde etkili olan karar alıcılar ve uygulayıcılar için ortaya çıkan bulgular doğrultusunda listelenen öneriler İzmir'de turizm gelişimi için yapılacaklar konusunda yol gösterici olacaktır.

## SWOT ANALİZİ VE DESTİNASYON PLANLAMASINDAKİ YERİ

SWOT analizi incelenen işletmenin, ürünün ya da destinasyonun sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri ile dış çevrede karşı karşıya kalınabilecek fırsat ve tehditlerin listelendiği bir tekniktir. Güçlü ve zayıf yönler işletme tarafından kontrol edilebilen ve değiştirilebilen iç çevre ile ilgili iken, fırsatlar ve tehditler işletme tarafından kontrol edilemeyen dış çevre unsurlarıdır (Ritonga ve ark., 2018: 1621). SWOT, iş çevresinden kaynaklanan ve bir organizasyonun strateji geliştirme üzerinde etkisi olması en muhtemel stratejik kabiliyetlerinden ortaya çıkan temel konuları özetlemektedir. Bu analiz aynı zamanda, stratejik seçenekler oluşturmak ve gelecekteki eylem planlarını değerlendirmek için de temel oluşturarak işletmeye fayda sağlamaktadır. SWOT analizinde amaç, güçlü ve zayıf yönlerin iş ortamında meydana gelen değişikliklerle ne ölçüde ilgili olduğunu veya bunlarla ne ölçüde başa çıkabileceğini belirlemektir (Johnson, Scholes & Whittington, 2008: 119).

Strateji üretmek, yöneticilerin şirketin rekabet yeteneğini etkileyen hem iç hem de dış faktörleri denetlemesini gerektiren, organizasyonun rekabetçi durumunu şekillendiren koşulları, güçleri, olayları ve sorunları anlamakla başlar (Daft, 2014 :258). Goranczewski & Pucito'ya (2010: 49) göre işletmeler tarafından kullanılan en önemli stratejik planlama araçlarından biri olan SWOT analizinde tüm iç ve dış faktörler olumlu veya olumsuz olarak değerlendirilir ve konumlandırılır (Tablo 1). Yöneticiler dış çevreyle ilgili bilgileri müşteriler, hükümet raporları, profesyonel dergiler, tedarikçiler, bankacılar, diğer kuruluşlardaki arkadaşlar, danışmanlar veya dernek toplantıları dahil olmak üzere çeşitli kaynaklardan alırken, şirket içi güçlü ve zayıf yönlerle ilgili bilgileri ise bütçeler, finansal oranlar, kâr ve zarar tabloları ve çalışan tutumları ve memnuniyeti anketleri dahil olmak üzere çeşitli raporlardan temin etmektedirler (Daft, 2014 :258-259).

*Güçlü yönler* işletmenin stratejik performans hedeflerine ulaşmak için yararlanabileceği olumlu iç özelliklerdir (Daft, 2014 :259). Güçlü yönler aynı zamanda rekabet avantajı anlamına gelmektedir. Örgüte değer

Tablo 1. SWOT Matrisi

	Olumlu Faktörler	Olumsuz Faktörler
İç Çevre İle İlgili Unsurlar	Güçlü Yönler (Strengths)	Zayıf Yönler (Weaknesses)
Dış Çevre İle İlgili Unsurlar	Fırsatlar (Opportunities)	Tehditler (Threats)

Kaynak: Goranczewski & Pucito, 2010: 49

katan, olumlu ve örgütü diğerlerinden ayıran özellikleri ifade etmektedir. Destinasyon açısından bakıldığında güçlü yönler, doğal özellikler, kültürel zenginlikler, kültürel miras ve insan yapımı cazibe merkezleri, iyi kurulmuş eğlence tesisleri ve altyapısı, yetkin insan kaynakları ve profesyonel hizmet sağlayıcılar gibi benzersiz turizm avantajlarını ve turizm destinasyonunda destinasyonun diğer ayırt edici özelliklerini kapsamaktadır (Rebuya ve Gasga, 2022: 5). Zayıf yönler işletmenin performansını engelleyebilecek veya kısıtlayabilecek iç çevredeki dahili unsurlardır (Daft, 2014 :259). Dolayısıyla zayıflıklar operasyon için dezavantajlı bir şey olarak görülen faktörlerdir. Bu nedenle olumsuz ve elverişsiz olarak nitelendirilmektedir. Turizm destinasyonu açısından zayıf mali durum ve devlet desteği, turizmle ilgili yetersiz altyapı, yetersiz insan kaynakları ve yetersiz teknik uzmanlık ve yerel halk desteğinin olmaması gibi unsurlar zayıf yönler olarak verilebilir. Turizm destinasyonundaki bu tür zayıflıklar destinasyon gelişimini engelleyen faktörler olarak karışımıza çıkmaktadır (Rebuya ve Gasga, 2022: 5).

*Fırsatlar*, işletmenin stratejik hedeflerini gerçekleştirmesine veya aşmasına yardımcı olma potansiyeline sahip dış çevreyle ilgili unsurlardır (Daft, 2014 :260). Fırsatlar bir imkan ve itici güç olarak nitelendirilebilir. Karakteristik olarak olumlu sonuç veren ve elverişli olan faktörlerdir. Destinasyonlar açısından bakıldığında turizm mevzuatındaki olumlu değişiklikler, ekonomik büyümenin hızlanması, turizm pazarındaki durumun iyileşmesi, daha iyi ulaşım bağlantıları, teknolojik ilerleme ve artan yatırımlar bunlara örnek olarak gösterilebilir (Rebuya ve Gasga, 2022: 5). Diğer taraftan, *tehditler*, işletmenin stratejik hedeflerine ulaşmasını engelleyebilecek dış çevredeki unsurlardır (Daft, 2014 :260). Tehditler, faaliyetin gerçekleşmesini riske atabilecek dezavantajlı durumları ifade etmektedir. Bunlar, örgütsel verimliliği ve etkililiği engelleyebilecek faktörlerdir. Destinasyon açısından turist tercihlerindeki değişiklikler, ekonomik durgunluk, pandemi, sınır ötesi trafik ve seyahat kısıtlamaları, iklim değişikliği ve kirlilik, doğal afetler ve diğer olumsuz öngörülemez olaylar tehditlere örnek olarak verilebilir (Rebuya ve Gasga, 2022: 5).

Wehrich (1982: 54) SWOT analizine içsel ve dışsal faktörlerin farklı kombinasyonlarından oluşan dört boyutlu bir yaklaşım getirmiştir ve bunu da TOWS

Matrisi olarak isimlendirmiştir. Bu boyutlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Goranczewski & Pucito, 2010: 50; Rebuya ve Gasga, 2022: 6):

1. *Güçlü Yönler – Fırsatlar (Strengths – Opportunities -SO) – Maksi-maksi (genişleme) stratejisi:* Bu işletmenin içindeki güçlerin ve çevresindeki fırsatların egemen olduğu bir stratejidir. Bu durumda, güçlü pazar genişlemesi ve çeşitlendirilmiş gelişme elde etme girişimleri yoluyla çevreden gelen fırsatlardan yararlanmak için güçlü yönler kullanılmalıdır. Eşsiz turizm avantajlarına sahip bir turizm destinasyonu, örneğin iç turizm talebinin hızla arttığı koşullarda, modern turizm altyapısını genişleterek ve yoğun tanıtım faaliyetleri üstlenerek agresif bir pazar penetrasyon stratejisi uygulayabilir.
2. *Zayıf Yönler – Fırsatlar (Weaknesses – Opportunities- WO) – Mini-maksi (rekabetçi) stratejisi:* Bir işletmenin sistemdeki zayıflıklarını giderirken elindeki fırsatlardan yararlanması gereken bir stratejidir. Turizmde, artan turizm talebi göz önüne alındığında, üstün fiziksel özelliklerine sahip olan ancak mevcut konaklama işletmelerinin ziyaretçiyi memnun etmeyen kalitesiz hizmet sunduğu bir destinasyon hizmetlerini profesyonel seminerler, eğitimler ve çalıştaylar yoluyla geliştirmeye veya rekabet yerine iş birliği için bazı stratejik ortaklar bulma yoluna gitmesi buna örnek olarak verilebilir.
3. *Güçlü Yönler – Tehditler (Strengths – Threats – ST) – Maksi-mini (tutucu) stratejisi:* Bu durumda, işletme güçlü bir iç potansiyele sahiptir, ancak olumsuz dış faktörlere maruz kalmaktadır. Bu stratejide işletmenin güçlü yanlarını en iyi şekilde kullanarak tehditlerin üstesinden gelmesi gerekmektedir. Örneğin, turizm hizmetlerine yönelik iç talebin azaldığı koşullarda, destinasyon, yenilikçi turizm ürünlerini piyasaya sürerek, turizm talebinin daha düşük gelir esnekliği ile ziyaretçi çekmeye veya alternatif turizm türlerinden birini (iş, sağlık, vb.) teşvik etmeye çalışabilir.
4. *Zayıf Yönler – Tehditler (Weaknesses – Threats – WT) – Mini-mini (savunmacı) stratejisi:* Bu

durum, işletmeler için olumsuz ve elverişsiz bir durum olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda bir organizasyonun veya turizm destinasyonunun üstesinden gelmesi gereken en kötü senaryo olarak kabul edilir. Örneğin, turizmde, pandemi tehdidi ve destinasyondaki yetersiz turizm ürünü arzı, endüstrinin işleyişini olumsuz etkileyebilir. Dolayısıyla, bu açıdan hükümetin ve özel sektörün rolü, örgütsel ve çevresel zorluklarla mücadele etmek için gereklidir.

SWOT analizine farklı bir yaklaşım da Collins-Kreiner ve Wall (2007) tarafından getirilmiştir. Collins-Kreiner ve Wall (2007: 52) turizm potansiyelini ulusal seviyeden başlayıp bölgesel seviyeye incek ve destinasyonda sona erecek şekilde üç seviyeli olarak incelemiştir. Birinci boyut SWOT analizini, ikinci boyut ulusal, bölgesel ve yerel araştırmayı, üçüncü boyut ise kültürel, ekonomik, coğrafik, politik, çevresel, psikolojik ve altyapısal açıları kapsamaktadır. Ancak modelin ikinci boyutunda küresel düzey ele alınmamaktadır. Alanyazında SWOT analizini destinasyonlar veya ülkeler boyutunda uygulayan mevcut araştırmaların birçoğu alanda gözlem, karar alıcılarla görüşmeler ya da yerel halka uygulanan anketleri içeren nicel ya da nitel yöntemleri benimsemektedirler (Agrawal, 2016; Collins-Kreiner & Wall, 2007; Rebuya ve Gasga, 2022). Ayrıca, birçok araştırmacı alternatif turizm türlerinin değerlendirmesinde SWOT analizi tekniğini kullanmıştır (Akca, 2006; Sariisik, Turkay & Akova, 2011; Wilkins & Hall, 2001). Bu kapsamda İzmir destinasyonunun turizm açısından SWOT analizini gerçekleştirmede sistematik alanyazın taraması yöntemini benimsenmesi ise bu araştırmanın yeniliğini oluşturmaktadır.

## YÖNTEM

Bu çalışmada İzmir ilinin turizm açısından SWOT analizinin ortaya konulması amacıyla sistematik alanyazın taraması yapılmıştır. Sistematik alanyazın taraması, yeni kavramsal çerçeveler için platformlar sağlamada, çeşitli sonuçları bütünlendirmede ve bir alanın anlık görüntüsünü sunmada anahtar yöntemlerden birisidir (Palmatier, Houston & Hulland, 2018: 1). Halihazırda alanyazında İzmir ve turizm üzerine birçok çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada da daha önceki çalışmalardaki İzmir'de turizm sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile İzmir'de turizm gelişimini etkileyebilecek fırsat ve tehditlerle ilgili sonuçları harmanlamak ve bütüncül bir resim ortaya koymak amacıyla sistematik literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem kapsamında belirli bir araştırma sorusu, temel alan, teorik yaklaşım veya metodoloji değerlendirilmesi için ilgili literatür dikkatlice belirlenmekte, sentezlenmekte ve böylece okuyuculara araştırma ko-

nusu hakkında detaylı bir anlayış sunulmaktadır (Palmatier ve ark., 2018: 1).

Çalışmada hem Türkçe hem de İngilizce alanyazındaki makalelere ulaşabilmek amacıyla TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında yayınlanan ve başlık, öz ve anahtar kelimeler kısımlarında "İzmir" ve "turizm" anahtar kelimeleri ile gelişmiş arama yapılmıştır. TR Dizin veri tabanının seçilme sebebi TR Dizin'de yer alan dergilerin ULAKBİM TR Dizin uzmanları ile ilgili konu alanlarındaki uzman ve akademisyenlerden oluşan komiteler tarafından Dergi Değerlendirme Kriterlerine bağlı olarak seçilmesidir (TR Dizin, 2022). Web of Science ise 1900'den günümüze kadar küresel ölçekte bilimsel içerik, etki ve işbirlikleri hakkında önemli bir veri hazinesi içeren uluslararası bir veri tabanıdır (Clarivate, 2023).

TR Dizin veri tabanında yapılan arama süreci sonunda 2006 – 2022 yılları arasında yayınlanmış ve öz kısmında "İzmir" ve "turizm" anahtar kelimelerini içeren toplam 62 makaleye ulaşılmıştır. Web of Science veri tabanında yapılan aramada ise 21 makalenin belirlenen kriterleri sağladığı görülmüştür. Ulaşılan makaleler sadece konuyla ilgili makalelerin araştırmaya dahil edildiğinden emin olmak amacıyla sırasıyla başlık, özet ve tam metin olarak taranmıştır. Taranan makalelerin 22'si konuyla alakalı olmadığından, SWOT analizi için gerekli, faydalı ve işlevsel veriyi içermediğinden veya açık erişime sahip olmadığından değerlendirmeye alınmamıştır. Sonuç olarak toplam 61 makale içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Veri analizi sürecinde Microsoft Excel ve SPSS programlarından yararlanılmıştır. Öncelikle makalelerin yayımlandığı dergi, araştırma alanı, yılı, yöntemi ve örneklem büyüklüğü ile ilgili bilgiler SPSS programına girilmiş ve frekans analizi yapılmıştır. Sonrasında makalelerle güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlere yönelik bilgi sağlayan anahtar cümleler Microsoft Excel programına kaydedilmiş ve sonrasında içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi sonrasında kategoriler oluşturulmuş ve analiz süresince kategoriler sürekli güncellenerek son haline getirilmiştir. Çoklu destinasyona yönelik yapılan çalışmaları içeren makalelerde sadece İzmir'le ilgili cümleler analize tabi tutulmuştur.

## BULGULAR

### Makalelerin Özellikleri

Araştırma kapsamında analize tabi tutulan makalelerin yayımlandığı dergiler, yıl aralıkları, araştırma alanları, makalelerde uygulanan yöntem ve örneklem büyüklüklerine dair bulgular Tablo 2'de yer almaktadır. İzmir ilindeki turizm sektörüyle ilgili makalelerin en fazla yayımlandığı ilk üç dergi sırasıyla Journal of Tou-

rism & Gastronomy Studies, International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences ve Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'dir. Makalelerin büyük bir çoğunluğu 2018 - 2022 yılları arasında yayınlanmıştır. Makalelerin araştırma alanları sırasıyla destinasyon pazarlaması ve konaklama sektörünü ile sağlık turizmi, kültür turizmi, etkinlik turizmi ve gastronomi turizmi gibi alternatif turizm türlerine odaklanmaktadır. Makalelerde en fazla kullanılan yöntem nitel araştırma yöntemleri olan görüşme ve doküman analizidir. Makalelerin önemli bir kısmı ise 99 ve daha az sayıda örneklem büyüklüklerine sahiptir.

Bunlar arasında geniş doğal alanları (Güvenol ve Sarıbaş, 2022: 2367), sahil kıyı şeridinin uzun olması (Özoğul, 2020: 2), mavi bayraklı plajları (Baykal ve Ataberk, 2020: 5), flora ve faunası (Taş Gürsoy ve Sonuç, 2020: 1814) ile jeotermal kaynakları (Kılıcı, Özdağoğlu ve Güler, 2020: 144) en fazla vurgulanan doğal güzelliklerdir. Ayrıca İzmir'in alternatif turizm türleri açısından yüksek potansiyeli araştırmacılar tarafından en fazla dile getirilen güçlü yönlerden biridir. İzmir, sağlık turizmi (Çubuk, 2022: 152), inanç turizmi (Okuyucu, 2020: 2613), kruvaziyer turizmi (Savaşır, 2020: 60), şarap

**Tablo 2.** İncelenen Makalelerin Özellikleri (n=61)

<i>Makalelerin yayımlandığı dergiler</i>	<i>Sayı</i>	<i>Araştırma alanı</i>	<i>Sayı</i>
Journal of Tourism & Gastronomy Studies	7	Destinasyon pazarlaması	14
International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences	6	Sağlık turizmi	6
Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	4	Kültür turizmi	6
Yaşar Üniversitesi E-Dergisi	4	Konaklama sektörü	5
Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	2	Etkinlik turizmi	5
Ege Coğrafya Dergisi	2	Gastronomi turizmi	5
Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi	2	Kırsal turizmi	5
Turkish Studies	2	Macera turizmi	4
PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural	2	İnanç turizmi	4
Coğrafya Dergisi	2	Turizm eğitimi	2
Diğer*	28	Diğer alanlar	5
<i>Yıl aralığı</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yöntem</i>	
2003 - 2007	2	Nitel	30
2008 - 2012	6	Nicel	21
2013 - 2017	21	Kavramsal çalışma	9
2018 - 2022	32	Karma yöntem	1
<i>Veri tabanı</i>	<i>Sayı</i>	<i>Örneklem büyüklüğü</i>	
TR Dizin	44	99 ve daha az	32
Web-of-Science	17	100 - 249	7
		250 - 499	9
		1000 ve daha fazlası	3
		Uygulanabilir değil	10

\*Diğer, değerlendirmeye alınan ve konuyla ilgili yalnızca bir makale yayınlayan 28 farklı dergiyi ifade etmektedir.

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

### Güçlü Yönler

Değerlendirmeye alınan makalelerin içerik analizi sonucunda İzmir'deki turizm sektörünün güçlü yönlerine yönelik ortaya çıkan bulgular Tablo 3'te özetlenmektedir. Yazarlar tarafından en fazla vurgulanan güçlü yön İzmir'in sahip olduğu doğal güzelliklerdir.

turizmi (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 251) ve sörf turizmi (Göçmen ve Doğan, 2015: 7) gibi alternatif turizm türleri açısından zengin doğal ve tarihi kaynaklara sahip bir destinasyondur.

**Tablo 3.** İzmir'in Turizm Açısından Güçlü Yönleri

Doğal güzellikleri	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Avcı (2018); Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Erul ve Woosnam (2022); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Kargiglioğlu (2021); Kaymaz (2022); Kılıcı ve ark. (2020); Köşker, Albuz ve Ercan (2019); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Savaşır (2020); Sayın, Yeğınboy ve Yüksel (2017); Sertkaya Doğan (2005); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoğlu (2016)
Alternatif turizm türleri potansiyelinin yüksek olması	Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Çelik ve Çetinkaya (2013); Çubuk (2022); Erdoğan ve Özdemir (2018); Demir ve Sarıbaş (2012); Demir ve Sarıbaş (2015); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Kargiglioğlu (2021); Kaymaz (2022); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Okuyucu (2020); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Seçilmiş ve Sarı (2010); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoğlu (2016)
Tarihi eserleri ve yapıları	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Baykal ve Ataberk (2020); Bozdağ (2022); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Çetinkaya & Öter, (2015); Erul ve Woosnam (2022); Kargiglioğlu (2021); Kömürcü ve Sarıbaş (2016); Köşker ve ark. (2019); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012); Taş Gürsoy (2020); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoğlu (2016)
İklimi	Avcı (2018); Avcı ve Barışık (2015); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Erdoğan ve Özdemir (2018); Erul ve Woosnam (2022); Genç (2017); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Kargiglioğlu (2021); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özoğul (2020); Ünal ve İpar (2020)
Zengin mutfak kültürü	Baykal ve Ataberk (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Kargiglioğlu (2021); Merkez ve Yılmaz (2022); Özkan ve Sabancı (2014); Savaşır (2020); Sertkaya Doğan (2005); Taş Gürsoy (2020); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020); Ünal ve İpar (2020); Yentür ve Demir (2022)
Yıl boyu düzenlenen etkinlikler	Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Boyraz ve Mutlu (2020); Coşar (2014); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Dünder (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Gunlu ve Lale (2015); Kargiglioğlu (2021); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Velibeyoğlu (2016)
Sosyokültürel yapısı	Baykal ve Ataberk (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Dünder (2010); Genç (2017); Kargiglioğlu (2021); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoğlu (2016)

**Tablo 3 (devamı).** İzmir'in Turizm Açısından Güçlü Yönleri

Ulaşılabilirlik ve konum	Bozdağ (2022); Çelik ve Çetinkaya, (2013); DüNDAR (2010); Kargiglioğlu (2021); Kaymaz (2022); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Sarioğlu, Avcıkurt ve Oflaz (2020); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Taş Gürsoy (2020); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoğlu (2016)
Üst yapı olanaklarının artması	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Coşar (2014); Erdoğan ve Özdemir (2018); Karaçor ve Tanrısever (2020); Karamustafa ve Çeşmeci (2006); Kargiglioğlu (2021); Kaymaz (2022); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Paça ve Şahin (2021); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005)
Cittaslow (Sakin şehir) unvanı alan destinasyonlar	Baykal ve Ataberk (2020); Coşar (2014); Deniz (2017); Erdoğan ve Özdemir (2018); Kargiglioğlu (2021); Taş Gürsoy (2020); Velibeyoğlu (2016)
Somut olmayan kültürel miras değerleri	Coşar (2014); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Genç (2017); Merkez ve Yılmaz (2022); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Savaşır (2020); Taş Gürsoy (2020); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020)
UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesine giren antik kentleri	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Mirza (2016); Özoğul (2020)
Coğrafi işaretli tescilli ürünleri	Erdoğan ve Özdemir (2018); Kargiglioğlu (2021)
İzmir'in DELICE Ağı üyesi olması	Erdoğan ve Özdemir (2018); Uluçay (2017); Velibeyoğlu (2016)
Güçlü sivil toplum örgütlerinin varlığı	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); DüNDAR (2010); Kaymaz (2022); Merkez ve Yılmaz (2022)
Avrupa Konseyi Kültür Rotaları üyesi olarak kabul edilen zeytin rotası	Savaşır (2020)
Yerel halkın turizm gelişimine desteği	Avcı (2018); Taş Gürsoy (2020)
Eğitimli personeli istihdam tercihi	Saatçi ve Demirbulat (2015)

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Alanyazındaki araştırmacılar tarafından en fazla vurgulanan bir diğer güçlü yön ise İzmir'in sahip olduğu tarihi eser ve ören yerleri (Kargiglioğlu, 2021: 1062), antik şehir ve anıtlar (Arsu ve Serin Karacaer, 2021: 348), köşkler, çeşmeler (Savaşır, 2020: 60) gibi sahip olduğu tarihi çekicilik unsurlarıdır (Ünal ve İpar, 2020: 846). Ayrıca İzmir ilinin yılın 12 ayı turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine uygun ılıman iklimi en çok dile getirilen güçlü yönlerden biridir. Bu özellik İzmir'i glamping (Güvenol ve Sarıbaş, 2022: 2370), kültür turizmi (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 174), inanç turizmi, kongre turizmi ve kruvaziyer turizmi (Özkan ve Sabancı, 2014: 310) gibi alternatif turizm türlerinin gelişime uygun bir destinasyon haline getirmektedir.

İzmir'de birçok farklı medeniyetin hüküm sürmesi sayesinde Girit, Rum, Arnavut, Makedon, Arap, Boşnak, Levanten ve Sefarad mutfak kültürlerinin katkılarıyla oluşan zengin mutfak kültürü İzmir'in turizm sektörü açısından bir diğer güçlü yönüdür (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 255; Kargiglioğlu, 2021: 1065). İzmir'de yıl boyunca düzenlenen festival, etkinlik ve fuarların olması İzmir'de turizm sektörünün gelişimi açısından avantaj sağlamaktadır (Boyraz ve Mutlu, 2020: 1771; Çelik ve Çetinkaya, 2013: 11; Genç, 2017: 12). Bunun yanı sıra İzmir'in kültürel ve sanatsal faaliyetlere uygun sosyokültürel yapısı (Kargiglioğlu, 2021: 1062), kaliteli sosyal yaşamı (Özkan ve Sabancı, 2014: 319) ve çok kültürlü etkileşime açık ve hoşgörülü yapısı (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 168; Mirza, 2016: 755) İzmir'i turizm açısından güçlü bir destinasyon haline getirmektedir.

Araştırma bulgularına göre İzmir'e havayolu, demiryolu, denizyolu ve karayolu gibi tüm ulaşım çeşitleri ile ulaşılabilirliği (Kargiglioğlu, 2021: 1072) ile ilin coğrafi ve stratejik konumu (Baykal ve Ataberk, 2020: 4; Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 174; Çelik ve Çetinkaya, 2013: 10) turizm açısından önemli bir rekabet avantajı yaratmaktadır. Ayrıca son yıllarda yiyecek ve içecek işletmelerinin (Paça ve Şahin, 2021: 523), konaklama tesislerinin (Ünal ve İpar, 2020: 849) ve müzelerin sayı ve çeşitliliğinin artması, kaliteli ve eko-etiketli sahip tesislerin varlığı (Karaçor ve Tanrısever, 2020: 282) yazarlar tarafından vurgulanan güçlü yönlerden biridir (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 263). Bunların yanı sıra Seferihisar'ın 2009 yılında, Foça'nın ise 2021 yılında Cittaslow (Sakin şehir) unvanlarını alması İzmir'in turizm gelişimi açısından önemli güçlü yönleri arasındadır (Coşar, 2014: 227; Deniz, 2017: 1407; Kargiglioğlu, 2021: 1063). Somut kültürel mirasa ek olarak halk dansları, gelenekler, folklor gibi İzmir'in sahip olduğu somut olmayan kültürel miras değerleri turistik çekicilik yaratan güçlü yönlerinden biridir (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 182; Taş Gürsoy ve Sonuç, 2020: 1822).

İzmir'de bulunan en önemli antik kentlerden Bergama ve Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı ve Efes Antik Kentinin UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesine alınması turizm açısından önemli bir rekabet avantajı oluşturmaktadır (Arsu ve Serin Karacaer, 2021: 350). İzmir'e ait coğrafi işaret tescilli ürünlerden 14 tanesinin menşe adı, 9 tanesinin ise mahreç işareti alması (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 257), İzmir'in DELICE (Network of Good Food Cities of the World Dünya Gurme Şehirler Ağı) üyesi olması (Uluçay, 2017: 200) ve kültürel miras değerlerinin korunmasına yönelik güçlü sivil toplum örgütlerinin varlığı (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 182) güçlü yönler arasındadır. Ayrıca İzmir kent merkezi dışında kalan zeytin rotasının Avrupa Konseyi Kültür Rotaları üyesi olarak kabul edilmesi (Savaşır, 2020: 66), yerel halkın turizm gelişimine desteği (Avcı, 2018: 166) ve turizm yöneticilerinin eğitimli personel istihdam etme isteği (Saatçi ve Demirbulat, 2015: 54) alanyazındaki araştırmacılar tarafından dile getirilen diğer güçlü yönler arasındadır.

### Zayıf Yönler

Çalışma kapsamında incelenen makalelerin içerik analizi sonucunda İzmir'in turizm açısından zayıf yönlerine yönelik ortaya çıkan bulgular Tablo 4'te gösterilmektedir. Alanyazındaki araştırmacıların önemli bir bölümü İzmir'in turizm açısından hak ettiği yeri görmediğini vurgulamışlardır. İzmir'in turizm potansiyelini tam olarak kullanmadığını (Ünal ve İpar, 2020: 860), turistlerin kalış sürelerinin kısa olduğunu, konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının yetersiz olduğunu (Özkan ve Sabancı, 2014: 314), turistlerin harcama

miktarı ile turist profilinin istenen seviyede olmadığını dile getirmişlerdir (Baykal ve Ataberk, 2020: 6; Sayın ve ark., 2017: 300). Makalelerde vurgulanan bir diğer zayıf yön ise turizm paydaşlarının birlikte senkronize olamaması ve bütünleşik planlar çıkaramaması, mevcut planlar arasındaki koordinasyon eksikliği ile özel sektör, kamu, yerel halk gibi tüm paydaşların işbirliği içinde hareket etmemesidir (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 182; Mirza, 2016: 765; Özkan ve Sabancı, 2014: 323). Bunlara ek olarak, başarısız ve birbirleriyle uyumsuz slogan ve logo seçimleri, markalaşma eksikliği (Köşker ve ark., 2019: 360), satış ağlarının yetersizliği (Özkan ve Sabancı, 2014: 318), işletmelerin sitelerinde çoklu dil seçeneğinin bulunmaması, web sitelerinin içerik açısından zengin olmaması ve interaktif dizayn edilememesi gibi sorunlar genel tanıtım ve reklam eksiklikleri kategorisi altında yer almaktadır (Kervankıran, 2014: 364; Özoğul, 2020: 7; Savaşır, 2020: 66; Uluçay, 2017: 205). Ayrıca bazı yazarlar tanıtım ve pazarlama çalışmalarında gastronomi turizmi, helal turizm, kırsal turizm gibi alternatif turizm türlerine yeterince yer verilmediğini dile getirmiştir (Kargiglioğlu, 2021: 1062; Sarıoğlan ve ark., 2020: 617).

Daha önce bahsedildiği gibi, bazı yazarlar İzmir'de üst yapı kapasitesinin yeterli olduğunu belirtirken, birçok araştırmacı İzmir'de üst yapı eksikliğinin İzmir'in turizm sektörü açısından zayıf yönlerinden birisi olduğunu vurgulamışlardır. Bu kategoride araştırmacılar konaklama tesisi sayısının yetersizliğini, yatak kapasitesinin azlığını (Göral ve Tengilimoğlu, 2020: 640), yiyecek ve içecek işletme sayısının yetersizliğini, yerel turizm ofislerinin eksikliğini (Baykal ve Ataberk, 2020: 11) ve depolarda bekleyen tarihi eserlerin sergilenebileceği büyük bir müzeye ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir (Özkan ve Sabancı, 2014: 322). Turizm sektöründe çalışacak eğitimli insan gücü eksikliği, iş gücü verimliliğinin az olması ve alanında uzmanlaşmış personel bulamama sorunu dile getirilen diğer zayıf yönlerdir (Baykal ve Ataberk, 2020: 10; Kervankıran, 2014: 364; Özkan ve Sabancı, 2014: 314). Ayrıca akademi ve sektör iş birliğinin zayıf olması (Köşker ve ark., 2019: 361; Taş Gürsoy ve Sonuç, 2020: 1822) ve özellikle alternatif turizm türleri için sertifikasyon gerçekleştiren kurum ve STK'ların azlığı zayıf yönlerden bazılarıdır (Genç, 2017: 14; Sarıoğlan ve ark., 2020: 617). İzmir merkezde ve İzmir'in ilçelerinde özellikle alternatif turizm türleri bakımından alt yapı eksikliği (Genç, 2017: 7), ilçelere ulaşımın zor olması (Özoğul, 2020: 7) ve İzmir'e birçok destinasyondan direk uçuşların olmaması (Mirza 2016: 756) İzmir'de turizm gelişimini engelleyen unsurlardandır.



**Tablo 4.** İzmir'in Turizm Açısından Zayıf Yönleri

Turizm potansiyelinin tam kullanılmaması	Baykal ve Ataberk (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çetinkaya & Öter, (2015); Demir ve Sarıbaş (2012); Dündar (2010); Kargiglioğlu (2021); Kervankıran (2014); Kızıl ve ark. (2010); Mirza (2016); Okuyucu (2020); Özkan ve Sabancı (2014); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012); Ünal ve İpar (2020); Yentür ve Demir (2022)
Paydaşların senkronize olamaması	Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Dündar (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Kaymaz (2022); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Sayın ve ark. (2017); Ünal ve İpar (2020); Sonuç (2020); Taş Gürsoy (2020); Velibeyoglu (2016); Yentür ve Demir (2022)
Genel reklam ve tanıtım eksiklikleri	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Bardakoğlu (2016); Çetinkaya & Öter, (2015); Kervankıran (2014); Köşker ve ark. (2019); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Savaşır (2020); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012); Uluçay (2017); Yentür ve Demir (2022)
Üst yapı eksikliği	Baykal ve Ataberk (2020); Dündar (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Göral ve Tengilimlioğlu (2020); Kargiglioğlu (2021); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Tandoğan ve Avcı (2012)
Eğitimli ve uzmanlaşmış iş gücü eksikliği	Baykal ve Ataberk (2020); Çetinkaya & Öter, (2015); Erdoğan ve Özdemir (2018); Göçmen ve Doğan (2015); Karamustafa ve Çeşmeci (2006); Kervankıran (2014); Kızıl ve ark. (2010); Özkan ve Sabancı (2014); Saatçi ve Demirbulat (2015); Sayın ve ark. (2017); Tandoğan ve Avcı (2012)
Alternatif turizm türlerinin yeterince pazarlanmaması	Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Dündar (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Kargiglioğlu (2021); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Sarioğlan ve ark. (2020); Sayın ve ark. (2017); Yentür ve Demir (2022)
Akademi ve sektör arasındaki bağlantının zayıf olması	Erdoğan ve Özdemir (2018); Kaymaz (2022); Köşker ve ark. (2019); Özkan ve Sabancı (2014); Saatçi ve Demirbulat (2015); Sayın ve ark. (2017); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020)
Sertifikasyon gerçekleştiren kurum ve STK'ların yetersizliği	Baykal ve Ataberk (2020); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Sarioğlan ve ark. (2020); Ünal ve İpar (2020)
Alt yapı eksikliği	Bozdağ (2022); Dündar (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012)
Mevsimsellik	Avcı ve Barışık (2015); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Göral ve Tengilimlioğlu (2020); Ören ve Mutlu (2022); Özkan ve Sabancı (2014)
Alternatif ve tamamlayıcı turistik ürünlerin yetersizliği	Kervankıran (2014); Kaymaz (2022); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Tandoğan ve Avcı (2012); Velibeyoglu (2016)

**Tablo 4 (devamı).** İzmir'in Turizm Açısından Zayıf Yönleri

Yerel halkta turizmle ilgili eğitim eksikliği	Baykal ve Ataberk (2020); Genç (2017); Merkez ve Yılmaz (2022); Sonuç (2020); Tandoğan ve Avcı (2012); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020)
Denetimin yeterli olmaması	Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Göçmen ve Doğan (2015); Karamustafa ve Çeşmeci (2006)
Stratejik planlama eksikliği	Bozdağ (2022); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çetinkaya & Öter, (2015); Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Dünder (2010); Kaymaz (2022); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Sonuç (2020)
Mevcut yönetmeliklerin birbiriyle çelişmesi ve mevzuattaki yetersizlikler	Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Göçmen ve Doğan (2015); Mirza (2016)
Mevcut tarihi yapıların ve doğanın korunmaması	Çetinkaya & Öter, (2015); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012)
Kooperatifleşme eksikliği	Baykal ve Ataberk (2020)
Sektörde iş devir hızının fazla olması	Kızıl ve ark. (2010)
STK'ların turizm gelişimine yeterince dahil olmaması	Sonuç (2020); Taş Gürsoy (2020)

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırma bulgularına göre mevsimsellik (Güvenol ve Sarıbaş, 2022: 2376), alternatif ve tamamlayıcı turistik ürünlerin yetersizliği (Özkan ve Sabancı, 2014; Tandoğan ve Avcı, 2012: 30) ve yerel halktaki turizmle ilgili eğitim eksikliği (Baykal ve Ataberk, 2020: 11) araştırmacılar tarafından dile getirilen zayıf yönler arasındadır. Özellikle alternatif turizm türleri başta olmak üzere işletmelerle ilgili yeterli denetimin olmaması ve alanında belgelendirilmemiş işletme veya kişilerin sektörde faaliyet göstermesi turizmin sağlıklı gelişimini engelleyen diğer zayıflıklardır (Göçmen ve Doğan, 2015: 3). Alanyazındaki araştırmacılar tarafından dile getirilen diğer zayıf yönler, stratejik planlama eksikliği ve bütüncül bir planlamanın olmaması (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 182), mevcut yönetmeliklerin zaman zaman birbiriyle çelişmesi, mevzuatlardaki yetersizlikler (Doğru ve ark., 2019: 193), mevcut tarihi yapıların korunmaması (Özkan ve Sabancı, 2014: 318), kırsal turizm açısından kooperatifleşme eksikliği (Baykal ve Ataberk, 2020: 9), sektörde iş devir hızının fazla olması ve STK'ların turizm gelişimine yeterince dahil olmaması (Sonuç, 2020: 49) gibi yönetimsel sorunlardır (Kızıl ve ark., 2010: 211).

### Fırsatlar

Çalışma kapsamında değerlendirmeye alınan makalelerin analizi sonucunda İzmir'de turizmin gelişimi açısından fırsat yaratabilecek unsurlara yönelik ortaya

çıkan bulgular Tablo 5'te özetlenmektedir. Son yıllarda turizmi etkisi altına alan Covid-19 pandemisi ve küreselleşmenin de etkisiyle turistlerin tatil anlayışlarında ve tercihlerinde değişimler meydana gelmiştir (Çubuk, 2022: 168). Kitle turizminin yerine alternatif turizm türlerine yönelik ilginin artması İzmir'in alternatif turizm türleri potansiyelinin yüksek olması nedeniyle önemli bir fırsat yaratmaktadır (Demir ve Sarıbaş, 2012: 204; Güvenol ve Sarıbaş, 2022: 2384; Sarioğlan ve ark., 2020: 610). Ayrıca Covid-19'un oluşturduğu güvenlik endişeleri nedeniyle son yıllarda iç turizmin önemi artmıştır (Arsu ve Serin Karacaer, 2021: 365). Yine son yıllarda bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle sosyal medya kanalının ve mobil uygulamaların etkinliğinin artması (Baykal ve Ataberk, 2020: 11), veri tabanlı CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) uygulamalarının artması ile artan iletişim imkanları İzmir'in tanıtımında önemli fırsatlar yaratmaktadır (Eşitti ve Işık, 2015: 13; Okuyucu, 2020: 2625). Etkinlik turizmine yönelik son yıllarda artan ilgi ve gelecek yıllarda düzenlenmesi planlanan uluslararası kültürel etkinliklerin İzmir'de düzenleme ihtimali alanyazındaki araştırmacılar tarafından vurgulanan fırsatlardan biridir (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 180; Çelik ve Çetinkaya, 2013: 13; Çelik ve Göçmen, 2013: 84; Güven ve Ceylan, 2019: 281).

**Tablo 5.** İzmir’de Turizm Gelişimi için Fırsat Olabilecek Unsurlar

Alternatif turizm türlerine yönelik ilginin sürekli artması	Arzu ve Serin Karacaer (2021); Baykal ve Ataberk (2020); Çelik ve Göçmen (2013); Çubuk (2022); Demir ve Sarıbaş (2012); Demir ve Sarıbaş (2015); Dülgeroğlu (2021); Genç (2017); Güven ve Ceylan (2019); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Kaymaz (2022); Kılıcı ve ark. (2020); Merkez ve Yılmaz (2022); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Sarıoğlu ve ark. (2020); Sonuç (2020); Tandoğan ve Avcı (2012); Ünal ve İpar (2020); Yentür ve Demir (2022)
Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler	Bardakoğlu (2016); Baykal ve Ataberk (2020); Boyraz ve Mutlu (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Erdoğan ve Özdemir (2018); Eşitti ve Işık (2015); Güven ve Ceylan (2019); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Okuyucu (2020); Özoğul (2020); Sarıoğlu ve ark. (2020); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Uluçay (2017)
Uluslararası kültürel etkinlikler	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Erdoğan ve Özdemir (2018); Güven ve Ceylan (2019); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Savaşır (2020)
Çeşitli destek ve teşvikler	Avcı ve Gümüş (2022); Bozdağ (2022); Çelik ve Göçmen (2013); Demir ve Sarıbaş (2012); Erdoğan ve Özdemir (2018); Güven ve Ceylan (2019); Mirza (2016); Özoğul (2020); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005)
Akademi ile işbirliği sonucu gelişme imkanı	Avcı ve Barışık (2015); Köşker ve ark. (2019); Merkez ve Yılmaz (2022); Özkan ve Sabancı (2014); Pala ve Bardakoğlu (2016); Saatçi ve Demirbulat (2015)
Ulaşım alanındaki gelişmeler	Baykal ve Ataberk (2020); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Sayın ve ark. (2017)
Planlanan projeler	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çetinkaya & Öter, (2015); Özkan ve Sabancı (2014); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005); Sonuç (2020); Velibeyoğlu (2016)
Uluslararası işbirliği	Bozdağ (2022); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Tandoğan ve Avcı (2012); Taş Gürsoy (2020)
Döviz kurları nedeniyle fiyatların düşük olması	Mirza (2016); Sayın ve ark. (2017); Sonuç (2020)
Hastanelerin bölüm bazlı akreditasyon belgesi alması	Mirza (2016); Sayın ve ark. (2017)
Sağlık turizmi açısından bekleme sürelerinin kısalığı	Mirza (2016); Sayın ve ark. (2017)
UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alan değerlerin kalıcı listeye alınması	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020)
Tarihi dokuya uygun restorasyon yapılması	Özoğul (2020); Özkan ve Sabancı (2014)
İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Sayın ve ark. (2017)
Ekonomik koşulların iyileşmesi	Baykal ve Ataberk (2020); Sarıoğlu ve ark. (2020)
Bakanlığın hizmet kalitesini artırmaya yönelik uygulamaları	Çetinkaya & Öter, (2015); Göçmen ve Doğan (2015)
Yerel yönetimlerin yeniden düzenlenmesi	Velibeyoğlu (2016)

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Alanyazındaki araştırmacılar devlete bağlı veya diğer özel kurum ve kuruluşlar tarafından turizmin gelişimine yönelik verilen destek, teşvik ve iyileştirmelerin İzmir'de turizm gelişimi için önemli fırsatlar yaratacağını dile getirmişlerdir (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 263; Avcı ve Gümü, 2022: 280; Özoğul, 2020: 8). Türkiye'de destinasyon markalaması ve pazarlama alanında çalışan akademisyenlerle işbirliği yapılarak kentsel tanıtım ve markalama alanında gelişme imkanı ile turizm eğitiminin geliştirilmesi İzmir'de turizm gelişimi açısından önemli fırsatlar yaratabilecek unsurlardır (Köşker ve ark., 2019: 361; Sayın ve ark., 2017: 309). Ulaşım alanında meydana gelecek gelişmelerle birlikte gelecekte İzmir'e farklı yerlerden direk uçuşların konulması büyük bir fırsat yaratacak ve İzmir'e gelecek turist sayısının artmasını sağlayacaktır (Mirza, 2016: 766). Bunlara ek olarak, KOMER (Efes Kongre Merkezi) (Özkan ve Sabancı, 2014: 320), Efes Antik Liman Kenti Projesi (Çetinkaya & Öter, 2015: 1410), İzmir Tarih Projesi, Çeşme-Karaburun Yarımada Projesi, Bergama Jeopark Projesi (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 177), Kemeraltı bölgesi için geliştirilen kentsel dönüşüm projeleri (Savaşır, 2020: 63), Şarap Yolu Projesi (Velibeyoglu, 2016: 670) ve İzmir Sağlık Serbest Bölgesi Projesi (Sayın ve ark., 2017: 303) gibi projeler alanyazında dile getirilen diğer fırsatlardır.

Sağlık turizmi için uluslararası hasta sağlayıcılarla işbirliği, kültür turizmi açısından ise ünlü müzelerle planlanabilecek ortak projeler ziyaretçi sayısını artırmak amacıyla faydalanılabilecek fırsatlardır (Kervankiran, 2014: 365; Mirza, 2016: 754). Ayrıca sağlık turizmi açısından döviz kurlarının düşük olması, bekleme sürelerinin kısalığı ve gelecekte hastanelerin bölüm bazlı akreditasyon belgesine sahip olması daha fazla turistin İzmir'e gelmesi için fırsat yaratacaktır (Mirza, 2016; Sayın ve ark., 2017). UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alan değerlerin kalıcı listeye alınması (Taş Gürsoy ve Sonuç, 2021: 1814), tarihi dokuya uygun restorasyon yapılması (Özoğul, 2020: 8) ve İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 177) yazarlar tarafından dile getirilen diğer fırsatlardır. Ayrıca tüketicilerin satın alma güçlerinin artması (Sarioğlan ve ark., 2020: 610) ve Bakanlığın hizmet kalitesini artırmaya yönelik alternatif turizm türleri açısından uygulamaya yönelik önlemler alınması (Göçmen ve Doğan, 2014: 24) İzmir'de turizm sektörünün gelişimi açısından fırsat oluşturabilecek diğer unsurlardır. Son olarak, yerel yönetimler kanununun değişmesiyle birlikte İzmir'deki köylerin bölge belediyelerine bağlanması sonucu kırsal ekonomilerin desteklenmesi, yeni tarım projelerin yaratılması ve çiftçilerin gelişimi için düzenli etkinliklerin gerçekleştirilmesi, dolayısıyla kırsal turizmin gelişimi mümkün hale gelmiştir (Velibeyoglu, 2016: 667).

## Tehditler

Araştırma kapsamında incelenen makalelerin analizi sonucunda İzmir'de turizm gelişimini tehdit eden unsurlara yönelik ortaya çıkan bulgular Tablo 6'da gösterilmektedir. Alanyazında İzmir'in turizm gelişimini en fazla tehdit eden unsurlar kimliksiz, çirkin yapılaşma, betonlaşma, alternatif turizm türlerinin gelişimi için önemli bir kaynak olan verimli toprakların imara açılması ve İzmir'deki tarihi dokunun bozulma ihtimalidir (Coşar, 2014: 233; Erdoğan ve Özdemir, 2018: 260; Özoğul, 2020: 8). Diğer şehirlerden İzmir'e olan göç nedeniyle artan nüfus ile birlikte taşıma kapasitelerinin aşılma ihtimali (Coşar, 2014: 233) ve Foça, Seferihisar gibi İzmir'in turistik ilçelerinde gençler için istihdam olanaklarının sınırlı olması nedeniyle göç ihtimali turizmin gelişimini tehdit etmektedir (Özoğul, 2020: 8). Doğal çevrenin bozulması, doğal kaynakların hızla tükenmesi, çevre kirliliği ile 2015 yılında tamamlanan ve sörf turizmini olumsuz etkileyen Port Alaçatı gibi ekolojik dengeyi bozarak alternatif turizm türlerinin gelişimini olumsuz etkileyebilecek büyük projeler doğal çevreyle ilgili tehditlerdir (Avcı ve Barışık, 2015: 6399; Karaçor ve Tanrısever, 2020: 279). Covid-19 gibi gelecekte ortaya çıkabilecek diğer sağlık sorunları ve pandemiler ziyaretçi sayısında ve turizm gelirlerinde önemli düşüşe neden olabilecek diğer faktörlerdir (Arsu ve Serin Karacaer, 2021: 365).

Birçok araştırmacı yapılaşmanın olumsuz etkisini vurgularken, bazı araştırmacılar turizm yatırımlarında ortaya çıkabilecek hukuki ve bürokratik engellerin turizm gelişimini olumsuz etkileyeceğini dile getirmiştir (Pala ve Bardakoğlu, 2016: 282). Ayrıca bazı yazarlar işletmeler arasındaki haksız rekabetin hizmet kalitesi açısından sorun yarattığını ve haksız rekabetin ortadan kaldırılmasıyla İzmir'de turizmin gelişeceğini belirtmiştir (Göçmen ve Doğan, 2014: 24; Karamustafa ve Çeşmecci, 2006: 78). İzmir'in alternatif turizm türleri açısından yüksek potansiyele sahip bir destinasyon olması turizm açısından güçlü yönlerinden biriyken, bazı araştırmacılar bu farklı turizm türlerini aynı destinasyonda geliştirme çabasının bu türler arasında bir çatışma doğurduğunu vurgulamışlardır. Örneğin Alaçatı'da hem deniz-kum-güneş turizmi hem de sörf turizmi geliştirilmeye çalışılırken biri için yapılan yatırım diğer turizm türünün gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir (Avcı ve Barışık, 2015: 6398). Benzer bir şekilde günümüzde değişen tüketici tercihleri alternatif turizm türleri açısından bir fırsat olurken, bu beklentilerin sürekli değişmesi ile tüketicilerin kalite anlayışlarının da sürekli değişmesi ve mevcut hizmetlerin yetersiz kalması bir tehdit olarak değerlendirilmiştir (Kılıcı ve ark., 2020: 157). En son olarak, son yıllarda politik gelişmelerin etkisiyle Türkiye aleyhine oluşan olumsuz algı ve destinasyon imajı, merkez hükümetin yerel

**Tablo 6.** İzmir’de Turizm Gelişimini Tehdit Eden Unsurlar

Kimliksiz çirkin yapılaşma ve betonlaşma	Coşar (2014); Erdoğan ve Özdemir (2018); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özoğul (2020)
Taşıma kapasitelerinin aşılma ihtimali	Baykal ve Ataberk (2020); Coşar (2014); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011)
Turistik ilçelerden başka yerlere göç ihtimali	Bozdağ (2022); Özoğul (2020)
Doğal çevreyle ilgili tehditler	Avcı ve Barışık (2015); Bozdağ (2022); Coşar (2014); Karaçor ve Tanrısever (2020); Merkez ve Yılmaz (2022); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Sonuç (2020)
Covid-19 gibi pandemiler	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Kargiglioğlu (2021)
Hukuki ve bürokratik engeller	Dündar (2010); Özkan ve Sabancı (2014); Pala ve Bardakoğlu (2016)
İşletmeler arasındaki haksız rekabet	Göçmen ve Doğan (2015); Karamustafa ve Çeşmeci (2006)
Turizm türleri arasındaki çatışma	Avcı ve Barışık (2015)
Sürekli değişen kalite anlayışı	Kılıcı ve ark. (2020)
Türkiye’ye yönelik olumsuz algı ve imaj	Köşker ve ark. (2019); Sonuç (2020)
Yerel yönetimlere hükümet tarafından ayrılan kısıtlı bütçe veya diğer engeller	Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011)
Türkiye’nin ucuz destinasyon olması	Sonuç (2020)
Destinasyonlar arasındaki artan rekabet	Yentür ve Demir (2022)

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

yönetimlere doğal çevrenin korunması için verdiği bütçeye kısıtlama getirmesi ve Türkiye’nin ucuz destinasyon haline gelmesi (Sonuç, 2020: 49) İzmir’deki turizm gelişimini tehdit eden diğer unsurlardır (Köşker ve ark., 2019: 361; Ozturk Kurtaslan ve Demirel, 2011: 422).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı sistemati alanyazın taraması ile İzmir’in turizm sektörü açısından güçlü ve zayıf yönleri ile İzmir’de turizm sektörünün gelişimi açısından fırsat yaratabilecek ve tehdit oluşturabilecek unsurları ortaya koymaktır. Alanyazında en fazla vurgulanan güçlü yönler İzmir’deki doğal zenginlikler, alternatif turizm türleri potansiyelinin yüksek olması, tarihi eser ve yapılar ile ılıman iklimidir. Bu kapsamda karar alıcılar bu potansiyeli tam anlamıyla değerlendirebilmek amacıyla kitle turizminin yanı sıra kırsal turizm, gastronomi turizmi, macera turizmi, etkinlik turizmi gibi alternatif turizm türlerinin sürdürülebilir gelişimi açısından girişimlerde bulunmalıdır. Ayrıca İzmir çok kültürlü etkileşime açık, kültürel ve sanatsal faaliyetlere uygun sosyokültürel yapısı sayesinde uluslararası kültürel ve sanatsal etkinliklere ev sahipliği yapabilecek bir kent olarak öne çıkmaktadır. Bu tarz etkinlik, festival ve fuarların İzmir’de gerçekleşebilmesi için girişimlerde bulunmak turizm gelişimi açısından önemli katkılar sağlayacaktır.

Araştırma bulgularına göre İzmir lokasyon ve ulaşılabilirlik açısından avantajlı bir konumda olmasına rağmen İzmir’e birçok destinasyondan doğrudan uçuşların olmaması turizm gelişimini olumsuz etkileyen faktörlerden biridir. Ayrıca İzmir’de konaklama tesisi, yiyecek içecek tesislerinin yeterli sayıda olmaması, eğitilmiş ve uzmanlaşmış iş gücü eksikliği, akademi ve sektör arasındaki bağlantının zayıf olması, bütünleşik ve stratejik planlama eksikliği gibi nedenlerle mevcut turizm potansiyeli tam olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla ziyaretçi sayısı, harcama miktarı, kalış süresi ve turist profili açısından istenen düzeyde değildir. Bunlara ek olarak İzmir zengin bir mutfak kültürüne sahip bir kent olmasına rağmen bu yönüyle öne çıkmamaktadır. Tanıtım ve pazarlama çalışmalarında alternatif turizm türlerine daha fazla yer verilmesi İzmir’de mevsimsellik sorununu azaltacak ve kente yıl boyunca ziyaretçi akışını sağlayarak turizmi gelişimine önemli katkı sağlayacaktır. Çalışmada vurgulanan zayıf yönlerden bir diğeri ise alternatif ve tamamlayıcı turistik ürünlerin yetersizliğidir. Sağlık turizmi veya diğer amaçlarla İzmir’e gelen ziyaretçilerin destinasyonda kalış sürelerini ve harcama miktarlarını artırmak amacıyla tamamlayıcı turistik ürünler geliştirilmelidir.

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde sosyal medyanın ve mobil uygulamaların etkinliğinin artması destinasyonlar açısından değerlendirilebile-

cek en önemli fırsatlardan biridir. İlgili bakanlıklar ve kurumlar tarafından destinasyonda faaliyet gösteren işletmelerin ve destinasyon yöneticilerine, sosyal medya okur-yazarlığının artırılması amacıyla çeşitli eğitimler verilerek tanıtım çalışmalarında bu teknolojilerin daha etkin kullanmalarının sağlanması turizm gelişimini olumlu etkileyecektir. Birçok işletme devlet tarafından destek ve teşviklerden tam olarak haberdar olmaması nedeniyle bunlardan faydalanamamaktadır. İlgili kurumlar bu konuda işletmeleri bilgilendirerek bunlardan yararlanmalarını sağlamalıdır. Daha öncede belirtildiği gibi İzmir alternatif turizm türlerinin gelişimini sağlayabilecek birçok doğal ve tarihi güzelliklere sahip bir kenttir. Bu açıdan yöneticiler küreselleşmenin ve son dönemde ortaya çıkan pandemilerin etkisiyle tüketici tercih ve beklentilerindeki bu değişimi İzmir'in lehine çevirerek ziyaretçi sayısını arttırmalıdır. İzmir'de turizm gelişimine hizmet edecek birçok proje planlanmasına rağmen başlayan bazı projeler tamamlanmamış ve başarısız olmuştur. Planlanan projelerin takibinin yapılması, zamanında ve bütçeye uygun bir şekilde tamamlanmasının sağlanması önemlidir.

İzmir ilinde turizm gelişimini tehdit eden unsurlardan en önemlileri çirkin ve kimliksiz yapılaşma ve betonlaşma, çevre kirliliği ve artan nüfus ile birlikte taşıma kapasitelerinin aşılmasıdır. Karar alıcılar şehrin tarihi ve mimari dokusunu bozan ve görüntü kirliliği yaratan bu yapılaşmanın önüne geçmeli ve yapılacak stratejik planlamalarla İzmir'deki turizm faaliyetlerinin ekolojik, sosyolojik ve ekonomik açılarından sürdürülebilir gelişimini sağlamalıdır. Son yıllarda Türkiye aleyhine gelişen olumsuz algı ve imaj turizm gelişimini tehdit etmektedir. Medya ile işbirliği içinde iletişim ve halkla ilişkiler faaliyetleri destinasyon imajını oluşturmak ve bozulan imajı düzeltmek amacıyla hayati önem taşımaktadır (Ritchie, 2004). Bu nedenle destinasyon yöneticileri ve diğer karar alıcılar doğru ve tutarlı bilgiler sağlayarak potansiyel turistlere güvence vermeli ve destinasyon için yeniden pazarlama, imaj oluşturma ve markalama faaliyetleri gerçekleştirmelidir. Bunun için akademi, sektör ve karar alıcılar arasındaki işbirliğinin güçlendirilerek, üniversitelerin bu konudaki bilgi ve deneyimlerinden yararlanılabilir.

Maksi-maksi (genişleme) stratejisi kapsamında fırsatlardan yararlanmak için güçlü yönlerin kullanılması turizm gelişimi açısından faydalıdır (Goranczewski & Pucito, 2010: 50). Alternatif turizm türlerine yönelik artan tüketici ilgisini turizm talebine dönüştürebilmek amacıyla İzmir'in sahip olduğu doğal güzellikler, sosyo-kültürel yapı, tarihi eser ve yapılar, ılıman iklimi, zengin mutfak kültürü ve konumu gibi güçlü yönlerin, turizm arzına dönüştürebilmek önemlidir. Ayrıca uluslararası işbirlikleri kurmak, sağlık turizmini geliştirmek ve hem ulusal hem de uluslararası destek ve

teşviklerden yararlanmak amacıyla İzmir'in güçlü yönleri ön plana çıkarılmalıdır. Alanyazında mini-maksi (rekabetçi) stratejisi ile uyumlu olarak İzmir'in turizm açısından zayıf yönleri olarak öne çıkan genel tanıtım ve pazarlama eksiklikleri, paydaşlar arasındaki uyumsuzluk, üst yapı eksikliği, eğitilmiş ve uzmanlaşmış iş gücü eksikliği, akademi ve sektör arasındaki kopukluk ve stratejik planlama eksikliği gibi unsurların giderilmesi gerekmektedir (Rebuya ve Gasga, 2022: 6). Böylece İzmir'e gelen ziyaretçilerin kalış süreleri ve harcamaları artırarak turizm potansiyeli daha etkili bir şekilde kullanılabilir. Destinasyon yönetiminde bir diğer strateji ise güçlü yanların en iyi şekilde kullanılarak tehditlerin üstesinden gelmektir (Goranczewski & Pucito, 2010: 50). Destinasyonlar sürekli değişen kalite anlayışı tehditini kalite standartları belirleyerek, Covid-19 gibi geniş çaplı pandemi ve krizleri ise devlet teşvikleri ve desteklerini kullanarak taşıma kapasitesinin aşılma ihtimali gibi doğal çevre ile ilgili olumsuz durumları ise paydaşlarında katılımıyla gerçekleştirilen stratejik planlama ile alt yapı yatırımlarına ağırlık vererek bertaraf edebilirler.

Çalışma kapsamında İzmir'de turizm sektörünün güçlü ve zayıf yönlerine dair bulgulara daha fazla ulaşırlarken, fırsat yaratan ve tehdit oluşturabilecek unsurlara yönelik bulgulara daha az ulaşılmıştır. İzmir ve turizm üzerine yapılacak gelecek çalışmalarda bu unsurlara daha fazla değinilebilir. Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışmada kaliteli yayınlara ulaşabilmek amacıyla sadece TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında endekslenen dergilerde yayınlanan makaleler üzerinde içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca tezler, bildiri-ler ve diğer yayınlar kapsam dışında tutulmuştur. Çalışmanın farklı veri tabanlarındaki makaleler üzerinde ya da farklı yayın türleri üzerinde gerçekleştirilmesi farklı bulguların ortaya çıkmasını sağlayabilir.

**KAYNAKÇA**

- Acar, V., Avcı, E. & Erat, B. (2017). Birgi'nin Turistik Bir Destinasyon Olarak SWOT Analizi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Ulakbilge*, 5(14) 1334-1372.
- Agrawal V (2016) A Review of Indian Tourism Industry with SWOT Analysis. *Journal of Tourism & Hospitality*, 5, 196.
- Akca, H. (2006). Assessment of Rural Tourism in Turkey Using SWOT Analysis. *Journal of Applied Sciences* 6(13), 2837-2839.
- Arzu, T. ve Serin Karacaer, S. (2021). UNESCO Dünya Mirası Listesindeki Destinasyonların Yer Aldığı İllerin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 346-370.
- Avcı, N. (2018). Turizmin Yöre Halkının Yaşam Kalitesine Etkileri: Çeşme İlçesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 164-174.
- Avcı, N., & Barışık, Ş. M. (2015). The Importance of Windsurf Schools in Tourism: The Case of Alaçati. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(37), 6394-6401.
- Avcı, N. & Gümü, S. (2022). The Motivations of Women Entrepreneurs in the Tourism Industry. *Istanbul Business Research*, 51(1), 279-290.
- Bardakoğlu, Ö. (2016). Küçük Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Stratejileri Ve Müşteri Bağlılığı: İzmir Örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 11(42), 124-132.
- Baykal, F. & Ataber, E. (2020). Kozbeyli'de (Foça/İzmir) Kırsal Turizmin Geliştirilmesi Hakkında Yerel Halkın Görüşleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(1), 1-17.
- Bonfante, M. C., Raspini, J. P., Fernandes, I. B., Fernandes, S., Campos, L. M. ve Alarcon, O. E. (2021). Achieving Sustainable Development Goals in Rare Earth Magnets Production: A Review on State of the Art and SWOT Analysis. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 137, 110616.
- Boyras, M., & Mutlu, A. S. (2020). Lisans Düzeyindeki Turizm Öğrencilerinin Travel Turkey İzmir Turizm Fuarına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1770-1786.
- Bozdağ, A. (2022). A Spatial Analysis for Sustainable Planning of Tourism Impacts Using GIS: Çesme (Cyssus), İzmir, Turkey. *Environment, Development and Sustainability*, 1-26.
- Clarivate (2023). Web of Science platform. <https://clarivate.com/products/scientific-and-academic-research/research-discovery-and-workflow-solutions/wobofscience-platform/> Erişim tarihi:16.08.2023.
- Collins-Kreiner, N., & Wall, G. (2007). Evaluating Tourism Potential: A SWOT Analysis of the Western Negev, Israel. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 55(1), 51-63.
- Coşar, Y. (2014). Yavaş Şehir Olgusunun Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Algılanan Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 226-240.
- Çatalbaş, F., & Ecemiş Kılıç, S. (2021). Farklı Kentsel Paydaşların Kültürel Mirasın Korunması ve Kültür Turizmine İlişkin Görüşlerinin Üst Ölçekli Planlar Çerçevesinde Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30(1), 167-186.
- Çelik, A. & Göçmen, Z. (2013). Yerel Yönetim Bakış Açısıyla Etkinlik Turizmi Motivasyonlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 48(2), 70-89.
- Çelik, S., & Çetinkaya, M. Y. (2013). Festivals In Event Tourism: The Case of International İzmir Art Festival. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 3(1), 1-21.
- Çetinkaya, M. Y., & Öter, Z. (2015). Sustainable Valorization of Cultural Heritage via Tour Guides: Turkish Case of Ephesus Ancient City. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1401-1412.
- Çubuk, M. (2022). Türkiye'de Büyükşehirlerin Sağlık Turizmi Potansiyellerinin CRITIC ve WASPAS Yöntemleri ile Karşılaştırılması. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 147-174.
- Daft, R. L. (2014). *Management* (12. Baskı). Cengage Learning: Boston, MA.
- Demir, C., & Sarıbaş, Ö. (2012). A Critical Approach to Geothermal Energy in Turkey in Terms of Sustainability and Health Tourism. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 2(4), 192-207.
- Demir, C., & Sarıbaş, Ö. (2015). Overview of Volunteering in Turkey: An Implication Towards the Experience of Volunteers and Their Motivations. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 5 (1-2), 30-47.
- Deniz, T. (2017). Hızlı Dünyada Sürdürülebilir Mekânlar: Sakin Kentler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 1399-1412.
- Doğru, H., Çelik, B. & Yılmaz, B. (2019). Dalış Turizmi Emniyeti: Risk Faktörleri ve Çözüm Önerileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 185-197.
- Dülgeroğlu, O. (2021). Termal Turizme Katılan Turistlerin Motivasyon Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 4(2), 684-694.

- Dündar, S. G. (2010). Rise of Culture and Fall of Planning in Izmir, Turkey. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(3), 51-66.
- Dünya Turizm Örgütü (2020) *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. Erişim adresi: [www.unwto.org/publications](http://www.unwto.org/publications). Erişim tarihi:08.03.2022.
- Erdoğan, S. ve Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonu'nda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249-272.
- Erul, E. ve Woosnam, K. M. (2022). Explaining Residents' Behavioral Support for Tourism Through Two Theoretical Frameworks. *Journal of Travel Research*, 61(2), 362-377.
- Eşitti, Ş., & Işık, M. (2015). Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye'yi Tatil Destinasyonu Olarak Tercih Etmelerine Etkisi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(27), 11-33.
- Genç, M. (2017). İzmir-Dikili'nin Ekoturizm ve Açık Alan Rekreasyonu Potansiyeli: Tespit Ve Tekliflerimiz. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 185-212.
- Goranczewski, B., & Puciato, D. (2010). SWOT Analysis in the Formulation of Tourism Development Strategies for Destinations. *Turyzm/Tourism*, 20(2), 45-53.
- Göçmen, Z., & Doğan, B. (2015). Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetlere Yönelik Talimatlar ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Uygulamaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2).
- Göral, R., & Tengilimoğlu, E. (2020). Konaklama Kapasitesinin Bir Sonucu Olarak Turizm Yoğunluğu: Türkiye'nin Önde Gelen Turistik Destinasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 633-645.
- Gunlu, E., & Lale, C. (2015). The Comparison of the Demographic Features of the Participants in Terms of Participation Motives to Different Events. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(40), 6730-6751.
- Güven, Ö. Z., & Ceylan, T. (2019). Fuarların Uluslararası Pazarlar Açısından Önemi: Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış*, 3(3), 277-294.
- Güvenol, B., & Sarıbaş, S. K. (2022). Konaklama Sektöründe Sürdürülebilirlik: Glamping İşletmeleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2369-2393.
- İzmir Vakfı (2021). *İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı*. Tekno Ofset: Bornova, İzmir.
- Johnson, G., Scholes, K. & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy: Text & Cases*. Prentice Hall: Essex, UK.
- Karaçor, B. & Tanrısever, C. (2020). Konaklama İşletmelerinde Kullanılan Sertifikasyonların Pazarlama, Doluluk ve Verimlilik Üzerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2) 278-296.
- Karamustafa, K., & Çeşmeci, N. (2006). Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70-86.
- Kargiglioğlu, Ş. (2021). Boyoz'un Çevrimiçi Turist Deneyimleri Açısından İncelenmesi. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 12(46), 1060-1075.
- Kaymaz, Ç. K. (2022). İzmir'de Doğa Temelli Turizm Faaliyetlerine Katılan Yerli Turistlerin Motivasyonları ve Turist Profilleri Üzerine Bir İnceleme. *Coğrafya Dergisi*, (45), 47-67.
- Kervankiran, I. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış. *Turkish Studies*, 9(11), 345-369.
- Keshta, J. A., Eldine, M. S., Saber, M., & Barbu, A. (2022). SWOT Analysis on the Importance of Egypt and Sudan Logistics Transportation Networks: A Systematic Literature Review. *International Business Logistics*, 2(2), 67-82.
- Kılıcı, L., Özdağoğlu, A., & Güler, M. E. (2020). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Termal Turizmde Hizmet Kalitesi Boyutlarının ve Otel Alternatiflerinin Önceliklendirilmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15(57), 143-159.
- Kızıl, A., Güler, F., Ceylan, C., Kızıl, C., Keskin, A. İ., & Buget, P. (2010). A Comprehensive Analysis of Managers Working in the Turkish Tourism Sector. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(34), 205-222.
- Kömürcü, S., & Sarıbaş, Ö. (2016). The Feelings of the Visitors Participating in Religious Tourism: The Case of Virgin Mary House in Izmir. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 6 (1-2), 31-42.
- Köşker, H., Albuz, N., & Ercan F., (2019). Türkiye'de Turistik Talebin En Fazla Olduğu 10 Kentin Marka Kimlikleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (1), 348-365.
- Merkez, M., & Yılmaz, H. (2022). Exploring the Rural Tourism Perception of Local People and Farmers: The Case Study of Mordogan in Izmir, Turkey. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 19, 1-20.
- Mirza, N. (2016). İzmir Medikal Turizm Kümelenme Potansiyeli. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(4), 743-768.
- Okuyucu, A. (2020). İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Çekiciliklerin Dağılışı. *Turkish Studies - Social*, 15(5), 2611-2628.



- Ozturk Kurtaslan, B. & Demirel, Ö. (2011). Pollution Caused by Peoples' Use for Socio-economic Purposes (Agricultural, Recreation and Tourism) in the Gölcük Plain Settlement at Bozdağ Plateau (Ödemiş-İzmir/Turkey): A Case Study. *Environmental Monitoring and Assessment*, 175, 419-430.
- Ören, T. Ş. & Mutlu, Ç. (2022). Ön Lisans Eğitimi Alan Turizm ve Otel İşletmeciliği Öğrencileri Açısından Nomofobinin Etkisi Üzerine Bir Araştırma: İzmir Meslek Yüksekokulu Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2006-2029.
- Özkan, E., & Sabancı, A. Ş. (2014). İzmir'de Turistik Ürün Geliştirilmesine Yönelik Seyahat Acentelerinin Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilim Enstitüsü Dergisi*, 17(31).
- Özoğul, G. (2020). Metaforlarla Şehri Anlamak: Önlisans Öğrencilerinin Selçuk'a (İzmir) Yönelik Metaforik Algılarının İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23 (1), 1-11.
- Paça, H., & Şahin, Ö. (2021). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kurumsal İtibarın Müşteri Sadakatine Etkisi: İzmir. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 511-530.
- Paes, L. A. B., Bezerra, B. S., Deus, R. M., Jugend, D. ve Battistelle, R. A. G. (2019). Organic Solid Waste Management in A Circular Economy Perspective–A Systematic Review and SWOT Analysis. *Journal of Cleaner Production*, 239, 118086.
- Pala, T. & Bardakoğlu, Ö. (2016). Türkiye'de Butik Otel İşletmeciliğinin Mevcut Durumu İzmir Örneği. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 271-286.
- Palmatier, R. W., Houston, M. B., & Hulland, J. (2018). Review Articles: Purpose, Process, and Structure. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 1-5.
- Rebuya, N.R. & Gasga, K.P. (2022) SWOT Analysis as a Strategic Tool for Local Tourism Development Planning: A Destination Review of a Municipality in the Philippines. *Open Access Library Journal*, 9, 1-30.
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, Crises and Disasters: A Strategic Approach to Crisis Management in the Tourism Industry. *Tourism Management*, 25(6), 669-683.
- Ritonga, H. M., Setiawan, N., El Fikri, M., Pramono, C., Ritonga, M., Hakim, T., & Nasution, M. D. T. P. (2018). Rural Tourism Marketing Strategy and Swot Analysis: A Case Study of Bandar Pasir Mandoge Sub-District in North Sumatera. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(9), 1617-1631.
- Saatci, G., & Demirbulat, Ö. G. (2015). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Mesleki Turizm Eğitimi Almış Çalışanlara Yönelik Değerlendirmeleri. *Uluslararası Hakemli Beşeri Ve Akademik Bilimler Dergisi*, 4(13), 43-58.
- Sarıoğlan, M., Avcıkurt, C., & Oflaz, M. (2020). Yabancı Turistlerin Destinasyon Tercihlerinde Helal Gastronomi Konseptinin Öneme Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 609-621.
- Sariisik, M., Turkey, O., & Akova, O. (2011). How to Manage Yacht Tourism in Turkey: A Swot Analysis and Related Strategies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 1014-1025.
- Savaşır, G. (2020). İzmir Kemeraltı Kültürünü Haritalamak. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, (23), 59-73.
- Sayın, K. Ş., Yeğınboy, E. Y., & Yüksel, İ. (2017). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları: Bir Üniversite ve İzmir Sağlık Serbest Bölgesi Değerlendirmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 289-313.
- Seçilmiş, C., & Sarı, Y. (2010). Türkiye'de İllerin Turizm Gelişmişlik Endeksinin Oluşturulmasına Yönelik Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 117-132.
- Sertkaya Doğan, Ö. (2012). Dikili ve Çevresinde Turizm Faaliyetleri. *Coğrafya Dergisi*, (14), 54-65.
- Sonuc, N. (2020). Social Tourism: An Analysis from The Sustainability Perspective-İzmir Case. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 10(1), 35-52.
- Tandoğan, V. U., & Avcı, E. (2012). Kuşadası'ndaki Seyahat Acentalarının İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelini Değerlendirme Performansı Üzerine Bir Uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9(2), 17-33.
- Taş Gürsoy, İ. (2020). Old Kids on the New Block: Engaging Civil Society in Tourism Degrowth. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 11(21), 1-22.
- Taş Gürsoy, İ. ve Sonuç, N. (2020). Turizm ve Kültür: Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Algılarına İlişkin Metafor Analizi. *OPUS- Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(23), 1809-1828.
- T.C. Kültür Turizm Bakanlığı (2022). Yıllık İl-İlçe Konaklama Tabloları. Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-208783/yillik-il-ilce-konaklama-tabloları.html>. Erişim tarihi: 08.03.2021.
- TR Dizin (2022). Hakkında. Erişim adresi: <https://trdizin.gov.tr/hakkında/> Erişim tarihi: 03.05.2023.

- Uluçay, D. M. (2017). Gastronomi Turizmi İşletmelerinin Web Siteleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(2), 196-208.
- Ünal, A., & İpar, M. S. (2020). Destinasyon Pazarlamasının Bir Bileşeni Olarak Sokak Lezzetlerinin Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 843-863.
- Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix—A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54-66.
- Wilkins, M., & Hall, C. M. (2001). An Industry Stakeholder SWOT Analysis of Wine Tourism in the Okanagan Valley, British Columbia. *International Journal of Wine Marketing*, 13(3), 77-81.
- Velibeyoglu, K. (2016). Regional Acupuncture for Izmir Peninsula: Creating Capital Web for Creative Eco-Tourism. *J. Environ. Prot. Ecol*, 17, 666-674.
- Yentür, F. & Demir, C. (2022). Understanding Travel Agencies Attitudes Towards Gastronomy Tourism and Food Tours: The Case of Izmir Turkey. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 12(2), 674-688.

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Yazar kendi rızası ile çalışmaya dâhil olmuştur.

**Etik Kurul Onayı:** Bu çalışma TR Dizin etik kurul izni gerektiren çalışma grubunda yer almamaktadır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** 1. Yazar = 100%

## EXTENSIVE SUMMARY

**SWOT Analysis in Destination Planning: A Systematic Literature Review on Izmir**

Hümeyra DOĞRU DAŞTAN\*

Izmir is a destination that attracts the attention of visitors in terms of alternative tourism types such as cultural tourism, congress and fair tourism, health tourism and eco-tourism, especially sea and coastal tourism. On the other hand, when compared to other destinations in the Mediterranean region (Barcelona, Athens, Marseille, etc.), which can rival Izmir and attract more tourists than their own population, it is seen that the number of foreign tourists coming to Izmir is insufficient (Izmir Foundation, 2021). SWOT analysis, one of the most frequently used methods in strategic management, helps to reliably identify the internal potential displayed by a tourism destination and its surroundings and used to create general or partial strategies related to any business function (Goranczewski & Pucito, 2010:48). This study aims to identify the strengths and weaknesses of tourism in Izmir and to reveal the opportunities it has and the threats it faces.

SWOT analysis is a technique that lists the strengths and weaknesses of the business, product or destination under examination, as well as the opportunities and threats that may be encountered in the external environment. While strengths and weaknesses are related to the internal environment that can be controlled and changed by the business, opportunities and threats are the external environment elements that cannot be controlled by the business (Ritonga et al., 2018: 1621). Strengths are the positive internal features that the business can use to achieve its strategic performance goals (Daft, 2014:259). Strengths also refer to elements which bring competitive advantage for the destinations or organizations. From a destination perspective, strengths include unique tourism advantages such as natural features, cultural riches, cultural heritage and man-made attractions, well-established leisure facilities and infrastructure, competent human resources and professional service providers, and other distinguishing features of the destination (Rebuya et al. Gasga, 2022: 5).

Weaknesses are internal elements in the internal environment that can hinder or limit the performance of the enterprise (Daft, 2014: 259). Therefore,

weaknesses are factors that are seen as a disadvantage for the operation. In terms of tourism destination, factors such as weak financial situation and government support, insufficient tourism-related infrastructure, insufficient human resources and insufficient technical expertise and lack of local public support can be given as examples of weaknesses (Rebuya et al. Gasga, 2022: 5). Opportunities are elements related to the external environment that have the potential to help the business achieve or exceed its strategic goals (Daft, 2014:260). In terms of destinations, positive changes in tourism legislation, acceleration of economic growth, improvement of the situation in the tourism market, better transport links, technological progress and increased investments can be given as examples (Rebuya and Gasga, 2022: 5). On the other hand, threats are the elements in the external environment that can prevent the enterprise from achieving its strategic goals (Daft, 2014:260). In terms of destination, changes in tourist preferences, economic recession, pandemic, cross-border traffic, travel restrictions, climate change and pollution, natural disasters and other negative unforeseen events can be given as examples (Rebuya and Gasga, 2022: 5).

In the present study, a systematic literature review was conducted in order to reveal the SWOT analysis of Izmir in terms of tourism. First, an advanced search was carried out in order to reach the articles published in the TR Index and Web of Science databases and containing the keywords “Izmir” and “tourism” in the abstract, title, and keywords. The reason for choosing the TR Index database is that the journals in the TR Index are selected by the committees consisting of ULAKBİM TR Index experts, experts and academics in their related fields, depending on the Journal Evaluation Criteria (TR Index, 2022). Web of Science, on the other hand, is a database containing an important wealth of data on scientific content, impact and collaborations on a global scale from 1900 to the present (Clarivate, 2023).

At the end of the search process, a total of 61 articles were found, which were published between 2006 and 2022 and included the keywords “Izmir” and “tourism” in the abovementioned fields of the articles. Second, retrieved articles were scanned as title, abstract and full text, respectively, in order to ensure that only the articles related to the subject were included in the research. Eighteen of the scanned articles were not included in the evaluation as they were not relevant to the subject. As a result, a total of 61 articles were subjected to content analysis. Document analysis, one of the qualitative research methods, was used in the research. Microsoft Excel and SPSS programs were used in the content analysis process.

\*Corresponding author at: University of Greenwich, Faculty of Business, Department of Management and Marketing, E-Mail Address: h.dogrudaстан@greenwich.ac.uk

The first three journals in which the most articles on tourism in Izmir are published are Journal of Tourism & Gastronomy Studies, International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences and Anatolia: Journal of Tourism Research, respectively. The majority of the articles were published between 2018 and 2022. The research areas of the articles focus on the destination marketing and accommodation sector, respectively, and alternative tourism types such as health tourism, cultural tourism, event tourism and gastronomic tourism. The most commonly used method in articles is interview and document analysis, which are qualitative research methods. A significant part of the articles has sample sizes of 99 or less.

Findings show that scholars mentioned natural resources, historical monuments and ancient cities and favorable climate of Izmir as the most important strengths. Further, they expressed that Izmir has a great potential for alternative tourism types such as adventure tourism, rural tourism, gastronomy tourism, and events tourism. In this context, decision makers should take initiatives for the sustainable development of alternative tourism types, as well as mass tourism, in order to fully utilize this potential. In addition, Izmir stands out as a city that can host international cultural and artistic events thanks to its socio-cultural structure that is open to multicultural interaction and suitable for cultural and artistic activities. Taking initiatives so that such events, festivals and fairs can take place in Izmir will provide important contributions in terms of tourism development. Findings also demonstrate that although İzmir is in an advantageous position in terms of location and accessibility, the lack of direct flights to Izmir from many destinations is one of the factors that negatively affect tourism development. Further, Izmir does not fully utilize its potential due to reasons such as insufficient number of accommodation facilities, food and beverage facilities, lack of trained and specialized workforce, weak link between the academy and the sector, and lack of integrated and strategic planning.

The increase in the effectiveness of social media and mobile applications thanks to the developments in information technologies is one of the most important opportunities that can be evaluated in terms of destinations. So, the more effective use of these technologies in promotional activities will positively affect tourism development if the relevant ministries and institutions provide various trainings to increase the social media literacy of the businesses and destination managers operating in the destination. The most significant factors that threaten the development of the tourism industry in Izmir are ugly and improper housing and construction, environmental pollution and exceeding the carrying capacity together with

the increasing population. Decision makers should prevent this construction that disrupts the historical architecture and texture of the city and creates visual pollution, and should ensure the ecological, sociological and economic sustainable development of Izmir with strategic planning.