

## Antalya Turizminin SWOT Analizi ve Metaforik Yorumlaması Üzerine Fenomenolojik Bir İnceleme

### A Phenomenological Approach to the SWOT Analysis and Metaphorical Interpretation of Antalya Tourism

Özlem GÜZEL, Akdeniz Üniversitesi Türkiye, ozlemmguzel@hotmail.com

Orcid No: 0000-0003-0081-3530

Belgin MEMİŞ, Akdeniz Üniversitesi, Türkiye, belginmemis49@gmail.com

Orcid No: 0009-0007-1979-1585

Gökçen Neval CAN, Akdeniz Üniversitesi, gokcenneval28@gmail.com

Orcid No: 0009-0004-6722-9886

Abdülkadir AKKUZU, Akdeniz Üniversitesi, kaddzyy1907@icloud.com

Orcid No: 0009-0004-4852-5049

*Öz: Bu çalışma, Antalya turizminin güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatlarını ve tehditlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, araştırma kapsamında Antalya'ya dair geliştirilen metaforlar da ele alınmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desen kullanılarak yapılan bu çalışmada, Antalya'da aktif olarak çalışan 11 turist rehberiyle yarı yapılandırılmış formlar aracılığıyla görüşmeler gerçekleştirilmiş ve veriler betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, Antalya'nın turizmdeki güçlü yönlerinin doğal ve kültürel çekicilikler, coğrafi ve altyapısal avantajlar ve turizm hizmetlerinin çeşitliliği ve kalitesi olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer yandan, altyapı ve ulaşım sorunları, insan kaynağı ve eğitim eksiklikleri, çevresel ve sürdürülebilirlik sorunları, sosyal ekonomik ve kültürel zayıflıklar öne çıkan zayıf yönler olarak belirlenmiştir. Antalya'nın turizm fırsatları arasında alternatif turizm olanakları, ulaşım altyapısının gelişimi ve turizm imkânlarının çeşitlendirilmesi öne çıkarken, tehditler arasında altyapı ve çevresel sorunlar, insan kaynağı ve etik sorunlar, sosyal ve ekonomik sorunlar olarak ortaya çıkmıştır. Bulgular, Antalya'nın sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi ve turizm yönetiminde stratejik planlamaların yapılması gerektiğini vurgulamaktadır.*

*Anahtar Kelimeler: Antalya Turizmi, SWOT Analizi, Metafor, Turist Rehberi*

*JEL Sınıflandırması: Z00, O00, O20*

*Abstract: This study aims to examine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Antalya tourism. Additionally, metaphors developed about Antalya within the scope of the research have also been addressed. In this study, which was conducted using the phenomenological design, one of the qualitative research methods, semi-structured interviews were conducted with 11 tourist guides actively working in Antalya, and the data were analyzed using the descriptive analysis method. The research findings reveal that Antalya's strengths in tourism lie in its natural and cultural attractions, geographical and infrastructural advantages, and diversity and quality of tourism services. On the other hand, infrastructure and transportation issues, human resources, educational deficiencies and environmental and sustainability challenges, and socioeconomic and cultural weaknesses have been identified as significant weaknesses. Among Antalya's tourism opportunities, alternative tourism possibilities and the development of transportation infrastructure and diversification of tourism opportunities stand out, while threats include infrastructure and environmental problems, human resource and ethical issues, and social and economic challenges. The findings emphasize the need for the development of sustainable tourism policies and strategic planning in tourism management for Antalya.*

*Keywords: Tourism in Antalya, SWOT Analysis, Metaphor, Tourist Guide*

*JEL Classification: Z00, O00, O20*

#### **Makale Geçmişi / Article History**

Başvuru Tarihi / Date of Application : 16 Mayıs / May 2025

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 14 Ekim / October 2025

© 2026 Journal of Yaşar University. Published by Yaşar University. Journal of Yaşar University is an open access journal.

## 1. Giriş

Turizm, gayri safi yurt içi hasılaya sağladığı katkı, yarattığı istihdam, insan hareketliliği ve hizmet verdiği müşteri sayısı açısından “dünyanın en büyük endüstrisi” olarak nitelendirilmektedir (Deniz, 2019). Doğal, kültürel ve çevresel kaynaklara yoğun bir şekilde ihtiyaç duyan bu sektör, söz konusu kaynakları ekonomik girdiler olarak kullanmaktadır (Çakmakçı ve Öztürk, 2019) ve zamanla değişimlerden etkilenerek yapısal olarak sürekli evrim geçirmektedir (Çeken ve Ateşoğlu, 2008; Zotic vd., 2014). Bu evrim, sektördeki dinamiklerin hızla değişmesine ve yeni fırsatlar ile zorlukların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu dönüşümü tetikleyen önemli unsurlardan biri küreselleşmedir. Küreselleşmeyle birlikte destinasyonlar gelişirken, turizmin büyümesine bağlı olarak artan insan hareketliliği de destinasyonların barındırdığı unsurların gelişmesini sağlamaktadır. Turizm endüstrisinin toplumsal ve çevresel değişime etkisi önemli bir tartışma konusudur (Çakmakçı ve Öztürk 2019). Çeken ve Ateşoğlu'nun (2008) vurguladığı gibi daha kaliteli hizmet anlayışına sahip olmak ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmek için destinasyonların değişim ve dönüşüm süreçleri iyi analiz edilmelidir.

Antalya, doğal zenginliklerinin yanı sıra ekonomik açıdan güçlü destinasyonlardan biridir. Tarım ve madencilik sektörlerinde sanayileşme göstermesiyle, Antalya'nın ulusal ve uluslararası ticarete katkısının arttığı görülmektedir. Turizm sektörü ise Antalya ekonomisinin en önemli bileşenlerinden biri haline gelmiştir (Karaesmen 2010). Antalya'nın turistik kent kimliği yalnızca yerel düzeyde değil, uluslararası ölçekte de kendini göstermektedir. Kentsel kimliklerin şehir sınırlarını aşarak küresel bir boyuta ulaştığı gözlemlenmektedir. Bu süreçte kentsel kimliklerin dinamik yapısı doğrudan etkili olmaktadır (Özbey 2022). Antalya, plajları, ılıman iklimi ve gelişmiş turizm tesisleriyle kitle turizmi açısından önemli bir merkezdir. Aynı zamanda tarihi eserleri, antik kentleri, mağaraları ve şelaleleri gibi unsurlarla alternatif turizm türleri açısından da değerli bir destinasyondur. Ancak, bu çeşitliliğe rağmen Antalya, büyük ölçüde deniz-güneş-kum turizmine dayalı bir imaj ile öne çıkmaktadır (Sarkım 2007).

Antalya, Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından biri olmasına rağmen, mevcut literatürde özellikle saha tecrübesi olan aktörlerin bakış açılarına dayalı bütüncül SWOT analizlerinin sınırlı olduğu görülmektedir. Yapılan literatür taramasında, turizm hareketlerinin hızla geliştiği Antalya destinasyonunun turizm gelişimine ilişkin kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürde yer alan SWOT çalışmaları genellikle yönetsel ya da istatistiksel verilere dayalı genel değerlendirmeler sunmakta; ancak destinasyon deneyimini doğrudan yaşayan ve yönlendiren aktörlerin algılarına bu tür çalışmalarda yeterince yer verilmemektedir. Bu nedenle, bu araştırma Antalya turizmini sahada aktif olarak çalışan turist

rehberlerinin perspektifinden değerlendirmeyi ve metafor analizi ile bu alguları daha derinlemesine anlamayı amaçlamaktadır.

Turist rehberleri, destinasyon deneyimini hem yerel hem de yabancı turistlere aktaran, sahadaki en kritik aktörler arasında yer almaktadır. Rehberler yalnızca destinasyonun tanıtımını yapan kişiler değil, aynı zamanda turistlerin algısını doğrudan şekillendiren ve turizm deneyiminin kalitesini belirleyen uygulayıcılardır (Ap ve Wong, 2001; Cohen, 1985). Dolayısıyla rehberler, turizmin güçlü ve zayıf yönlerini sahada bizzat gözlemleyen; fırsatları ve tehditleri doğrudan deneyimleyen özgün bir bakış açısına sahiptir. Bu bağlamda, rehberlerin gözlemleri yalnızca mikro düzeyde deneyimleri değil, makro düzeyde sektörel dönüşümleri de anlamaya olanak sunmaktadır. Mevcut literatürde rehber bakış açısıyla yapılan SWOT analizlerine ilişkin bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, bu çalışmada veri toplamak için turist rehberleri tercih edilmiştir. SWOT analiziyle Antalya turizminin değerlendirileceği bu araştırmanın, Antalya turizmine ilişkin önemli bulgular sunacağı ve turizm alanında yerel paydaşlara ve yöneticilere değerli bilgiler sağlayacağı öngörülmektedir.

## **2. Literatür Taraması**

Stratejik planlamanın henüz stratejik pazarlamaya dönüşmediği dönemde popülerlik kazanan SWOT analizi (güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler), organizasyonların rekabet avantajı sağlamak, riskleri minimize etmek, durum analizi yapmak ve stratejik kararlar almak için kullandığı etkili bir değerlendirme yöntemidir. Bu analizle, organizasyonların iç çevresindeki güçlü ve zayıf yönler ile dış çevredeki fırsatlar ve tehditler belirlenir. Böylece organizasyonların mevcut ve gelecekteki durumları değerlendirilir (Uçar ve Doğru 2005; David vd. 2019; Cebecioğlu 2006; Singh ve Kosi–Katarmal 2009; Özköse vd. 2013). SWOT analizi, içsel ve dışsal faktörleri bütünlük bir şekilde ele alan önemli bir stratejik yönetim aracıdır (Devrim 2006). İç çevre faktörleri, kurumun kendi bünyesindeki güçlü ve zayıf yönleri, dış çevre faktörleri ise sektörel ve makro düzeydeki fırsat ve tehditleri kapsamaktadır (Cebecioğlu 2006). Güçlü yönler, işletmenin rakiplerine karşı üstünlük sağladığı unsurları; zayıf yönler ise eksikliklerini veya değişime uyum sağlama konusundaki yetersizliklerini ifade etmektedir. Fırsatlar, organizasyonun lehine olabilecek dış gelişmeleri, tehditler ise rekabet gücünü azaltabilecek olumsuz çevresel faktörleri tanımlar (Cebecioğlu 2006; Ülgen ve Mirze 2007). SWOT analizi, müşteri gereksinim ve beklentileri doğrultusunda yorumlanmalı ve analiz bulgularına dayanarak örgütün amaç ve hedefleri belirlenmelidir. Bu hedeflere ulaşmak için stratejiler ve eylem planları oluşturulmalı, başarıyı sağlayacak

yöntemler ve olası sınırlamalar belirlenmelidir. Ayrıca, kullanılacak kaynaklar ve iyileştirme süreçlerinin ölçüm yöntemleri planlanmalıdır (Küçüksüleymanoğlu 2008).

Geleneksel olarak iş dünyasında uygulanan SWOT analizi, günümüzde eğitim kurumları, belediyeler, sağlık işletmeleri, şehirler ve destinasyonlar tarafından uzaktan eğitim, e-ticaret, tarım, dijital pazarlama ve sağlık gibi çeşitli alanlarda da kullanılmaktadır (Taş 2011; Özköse vd. 2013; Özcan vd. 2015; Keleş vd. 2018; Henden Şolt 2018; Engin 2022). SWOT analizi, destinasyon yönetiminde de etkili bir stratejik araç olarak kullanılmaktadır. Destinasyonların SWOT analizinde **güçlü yönler** ve **zayıf yönler** destinasyonun mevcut durumda sahip olduğu veya eksik olduğu **içsel unsurlar** iken; **fırsatlar** ve **tehditler** destinasyonun doğrudan kontrolü dışında gelişen, sektörel, çevresel ve küresel dinamiklere bağlı **dışsal faktörlerdir**. Bu analiz, destinasyonların değerlendirilmesine katkı sağlayarak stratejik bir bakış açısı sunarken, destinasyonların güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirlenerek stratejik planlamalar yapılmaktadır.

Fiziksel, ekonomik, sosyal ve kültürel değişimlere uğrayan destinasyonlar, SWOT analizi sayesinde güçlü yönlerini ve fırsatlarını en iyi şekilde değerlendirirken, tehditlerin ve zayıf yönlerin etkisini en aza indirecek stratejiler geliştirmektedir (Durman 2015; Henden Şolt 2018). Literatür taramalarında, destinasyon yönetimi bağlamında SWOT analizinin kullanıldığı birçok çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmalar kronolojik olarak Tablo 1'de sunulmuştur. Ancak tablo incelendiğinde, Antalya özelinde Kemer'in alternatif turizm potansiyeline yönelik SWOT analizi dışında başka bir çalışmaya rastlanmadığı görülmektedir.

Tablo 1. Türkiye’de İllere Yönelik Yapılan SWOT Analiz Çalışmaları

Yazar	Yıl	İl	Yazar	Yıl	İl
Gökçe	2006	Giresun	Ersoy vd.	2018	Yozgat
Durgun	2007	Isparta	Çağlar	2019	Sivas
Özcan	2009	Konya	Özhavzalı ve Yaprak	2019	Kırıkkale
Şahin ve Yılmaz	2009	Samsun	Temiz vd.	2019	Çanakkale
Sabbağ	2011	Adıyaman	Güçük	2019	Mersin
Alpaslan ve Tutar	2013	Niğde	Büyüksalvarcı ve Eren	2019	Hatay
Bekçi vd.	2013	Bartın	Kıyat ve Topal	2019	Malatya
Ongun	2013	Denizli	Vural vd.	2019	Bingöl
Gök ve Tuna	2013	Malatya	Sevimli Deniz ve Çelik	2019	Sivas
Şarkaya İçellioğlu	2014	İstanbul	Bozkurt	2020	Sivas
Kızılaslan ve Ünal	2014	Tokat	Körlü	2020	Adana
Karakaş ve Çenberlitaş	2014	Diyarbakır	Bayramoğlu ve Demirkır	2020	Trabzon
Ongun vd.	2015	Isparta	Öztekin	2021	Zonguldak
Kaygısız vd.	2016	Burdur	Eryılmaz ve Orhan	2021	Elazığ

Deniz ve Atışman	2017	Kayseri	Çelik ve Geçgin	2021	Kars
Sevimli Deniz ve Çelik	2017	Van	Akay	2022	Siirt
Çoban vd.	2017	Batman	Köşker ve Özbey	2022	Zonguldak
Yay	2017	Kemer	Zencir	2022	Afyon

Destinasyonlara yönelik gerçekleştirilen SWOT analizi çalışmaları incelendiğinde, **“güçlü yönler”** kategorisinde belirli unsurların öne çıktığı tespit edilmiştir. Bu unsurlar şunlardır:

- Zengin tarih ve kültür, tarihi eserler ve yapılar, tabiat varlıkları, yaban hayatı varlığı, iklim, bozulmamış çevre ve geniş tarım alanları,
- Jeopolitik ve coğrafi avantajlar, merkezi konum ve kolay ulaşılabilirlik,
- El sanatları ve kültürel değerlerin alternatif turizm ürünü olarak sunulabilmesi,
- Turizm sektörüne adaptasyon sağlayabilecek genç nüfus,
- Güvenlik ve marka kent olma potansiyeli,
- Kamuoyu desteğiyle geleneksel dokunun korunması,
- Misafirperver yerel halk ve zengin yöresel mutfak (Gökçe 2006; Durgun 2007; Özcan 2009; Şahin ve Yılmaz 2009; Bekçi vd. 2013; Gök ve Tuna 2013; İçellioğlu 2014; Karakaş ve Çenberlitaş 2014; Kızılaslan ve Ünal 2014; Ongun vd. 2016; Çoban vd. 2017; Sevimli Deniz ve Çelik 2017; Büyükşalvarcı ve Eren 2019; Çağlar 2019; Kıyat ve Topal 2019; Özhavzalı ve Yaprak 2019; Temiz vd. 2019; Vural vd. 2019; Bozkurt 2020; Körlü 2020; Eryılmaz ve Orhan 2021; Akay 2022).

Öte yandan, literatür taramasında destinasyonlara ilişkin ortaya çıkan **“zayıf yönler”** şunlardır:

- Tanıtım ve pazarlama eksikliği,
- Turizm bilincinin yeterince gelişmemiş olması,
- Çeşitli turizm olanaklarının yeterince değerlendirilememesi,
- Yerel yönetimlerin ilgisizliği,
- Terör kaynaklı güvenlik sorunları,
- Çarpık ve plansız yapılaşma, yetersiz turistik tesis sayısı,
- Altyapı ve hizmet kalitesinin düşüklüğü, trafik sorunları,
- Turistik destinasyonlara ulaşım olanaklarının yetersizliği,
- Bölgeyi tanıyan rehber eksikliği,
- Kentsel yeşil alanların ve rekreasyon alanlarının yetersizliği,
- Yerel yönetimlerde örgütlenme eksiklikleri, doğal afet planlamalarının yetersizliği,
- Akıllı kent uygulamalarının ve teknolojik yeniliklerin yeterince kullanılamaması,
- Tarihi ve kültürel yapılardaki bozulmalar nedeniyle estetik/görsel kirliliğin oluşması,

- Genç nüfus oranının az olması (Gökçe 2006; Durgun 2007; Özcan 2009; Şahin ve Yılmaz 2009; Sabbağ 2011; Alparslan ve Tutar 2013; Bekçi vd. 2013; İçellioğlu 2014; Karakaş ve Çenberlitaş 2014; Kızılaslan ve Ünal 2014; Ongun vd. 2016; Çoban vd. 2017; Sevimli Deniz ve Çelik 2017; Büyüksalvarcı ve Eren 2019; Çağlar 2019; Özhavzalı ve Yaprak 2019; Temiz vd. 2019; Kıyat ve Topal 2019; Vural vd. 2019; Bozkurt 2020; Körlü 2020; Çelik ve Geçgin 2021; Eryılmaz ve Orhan 2021; Akay 2022).

Yapılan literatür araştırmasında destinasyonların sahip olduğu “**fırsatlar**” ise şu şekilde sıralanmaktadır:

- Ana pazarlara yakınlık ve alternatif turizm olanaklarının çeşitliliği,
- Hızlı tren projeleri ve turizm kaynaklı potansiyel gelirlerin girişimcilik kapsamında değerlendirilmesi,
- Üniversitelerin turizmde aktif rol alması,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın marka kent çalışmaları,
- Yerel yönetimlerin hibe programlarından yararlanması,
- Gelecekte markalaşabilecek etkinliklerin planlanması,
- Jeotermal kaynakların fazlalığı,
- Genç nüfusun fazla olması,
- Henüz turizme açılmamış çekiciliklerin bulunması (Gökçe 2006; Durgun 2007; Özcan 2009; Şahin ve Yılmaz 2009; Alparslan ve Tutar 2013; Bekçi vd. 2013; İçellioğlu 2014; Karakaş ve Çenberlitaş 2014; Kızılaslan ve Ünal 2014; Ongun vd. 2016; Çoban vd. 2017; Çağlar 2019; Kıyat ve Topal 2019; Özhavzalı ve Yaprak 2019; Temiz vd. 2019; Vural vd. 2019; Bozkurt 2020; Çelik ve Geçgin 2021; Eryılmaz ve Orhan 2021).

Son olarak, yapılan araştırmalarda destinasyonlar için belirlenen “**tehdit unsurları**” şu şekilde sıralanmıştır:

- Doğal çevrenin ve kaynakların tahrip olma riski, kaçak define kazıları,
- İmar denetimi eksikliği, plansız kentsel dönüşüm baskısı,
- Nitelikli beyin göçü ve plansız kentsel dönüşüm baskısı,
- Çevredeki marka destinasyonların gölgesinde kalma riski,
- Eğitim olanakları ve sağlık hizmetlerindeki yetersizlikler,
- Çevre, hava, gürültü ve görüntü kirliliğinin giderek artması, yeşil alanların korunmaması,

- Endemik türlerin yeterince korunmaması, kültürel miras bilincinin eksikliği ve yok olma riski,
- Komşu ülkelerdeki krizlerin turizme olumsuz etkisi,
- Turizm yönetimi konusunda uzman paydaş eksikliği,
- Turizm yönetim ve gelişim planlarının oluşturulmaması,
- Destinasyon yönetim örgütünün bulunmaması (Gökçe 2006; Durgun 2007; Özcan 2009; Şahin ve Yılmaz 2009; Alparslan ve Tutar 2013; Bekçi vd. 2013; Gök ve Tuna 2013; İçellioğlu 2014; Karakaş ve Çenberlitaş 2014; Kızılaslan ve Ünal 2014; Ongun vd. 2016; Çoban vd. 2017; Sevimli Deniz ve Çelik 2017; Büyükşalvarcı ve Eren 2019; Çağlar 2019; Kıyat ve Topal 2019; Özhavzalı ve Yaprak 2019; Temiz vd. 2019; Vural vd. 2019; Bozkurt 2020; Körlü 2020; Eryılmaz ve Orhan 2021; Akay 2022).

### **2.1. Antalya’da Turizmin Gelişimi**

Türkiye’de ulusal ve uluslararası turizm talebinin yoğunlaştığı kıyı bölgeleri arasında yer alan Antalya, iklimi, sahip olduğu doğal ve kültürel zenginlikleri ile nitelikli turistik tesisleri sayesinde özellikle yabancı turistler tarafından en çok tercih edilen destinasyonlardan biridir (Özgüç 2007; Kervankıran ve Bulut 2015; Garda ve Karaçor 2016). Şehir, plajları, mağaraları, millî parkları ve şelaleleri gibi doğal çekiciliklerinin yanı sıra tarihî ve kültürel değerleri, jeolojik yapısı, zengin bitki örtüsü ve biyolojik çeşitliliğiyle de dikkat çekmektedir (Kervankıran ve Bulut, 2015). Antalya Valiliği verilerine göre destinasyonda kültür, deniz, spor, sağlık, kış, golf, kongre, yayla, dağ ve doğa yürüyüşü, mağara, kamp ve karavan, bitki inceleme, av ve inanç turizmi gibi çeşitli turizm türleri gerçekleştirilmektedir (Antalya Valiliği, 2024). Antalya’nın iklimsel elverişliliği ve sunduğu geniş imkânlar, destinasyonu diğer turizm merkezlerinden ayırarak rekabet avantajı sağlamaktadır Görüşme verileri kayıtlanarak, yaz. Ayrıca farklı turizm türlerinin aynı dönemde bir arada gerçekleştirilebilmesi de bu avantajı güçlendirir (Kapan, 2018). Ancak destinasyonda turizmin hızlı gelişimi, bazı kaynakların taşıma kapasitesinin aşılmasına ve yıpranmasına yol açmıştır. Özellikle sahil kesimlerinde yoğunlaşan turizm faaliyetleri, Antalya kıyılarında aşırı betonlaşmaya neden olmuştur (Köksal, 1994’ten akt. Bingöl, 2004).

Genel olarak Antalya’da turizmin gelişimi incelendiğinde, 1920-1959 dönemi keşif evresi olarak kabul edilmekte olup, turistler tesis bulunmayan bölgelerde halkla iç içe tatil yapmış, ancak toplumsal ve ekonomik yaşamda belirgin bir değişim yaşanmamıştır. 1960-1979 yıllarında modern turizmin temelleri atılmış, düzenli turist akışı başlamış ve tesislerin inşasına geçilmiştir. 1973’te Antalya Master Planı hazırlanmış, 1980-1999 döneminde doğal ve beşerî

kaynakların pazarlanması, göç ve istihdam artışı öne çıkmıştır. 1982’de yürürlüğe giren Turizm Teşvik Kanunu ile yeni turizm alanları oluşturulmuş ve mevcut alanlar genişletilmiştir. 2000 sonrası dönemde ise turizm ekonomiye daha bağımlı hale gelmiş, sektörel bağlantılar güçlenmiş, çeşitlendirme ve sezonu uzatma çalışmaları yapılmıştır (Kapan ve Timor 2018). Bu çalışmalar sonrası 2001 yılında havalimanına inen 4.333.127 yolcuya kıyasla günümüzde büyük bir artış yaşandığı görülmektedir (Albeni ve Ongun, 2005). Nitekim Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın sınır kapıları ve aylık verilere dayalı istatistiklerine göre, 2024 yılında Antalya’yı toplamda 15.902.862 turist ziyaret etmiştir (<https://yigm.ktb.gov.tr>, 28.08.2025). Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nden elde edilen veriler ise 2025 yılının Ocak-Ağustos döneminde kente gelen ziyaretçi sayısının 11.702.733 olduğunu göstermektedir. Bu veriler, Antalya’nın yıllar içerisinde istikrarlı bir şekilde artan uluslararası turizm potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır. Dolayısıyla böylesine güçlü bir büyüme ivmesi sergileyen bir destinasyonda turizm alanındaki gelişmelerin yakından izlenmesi önem arz etmektedir.

### 3. Yöntem

Bu araştırmada, katılımcıların Antalya turizmine ilişkin deneyimlerini ve algılarını derinlemesine inceleyebilmek amacıyla fenomenolojik desen tercih edilmiştir. Keşfedici bir araştırma türü olan fenomenoloji (olgubilim) deseni bireysel tecrübelerle odaklanarak, bireylerin algılarını, deneyimlerini ve olaylara yükledikleri anlamları incelemektedir (Akturan ve Esen 2008; Creswell 2013; Yalçın 2022). Bu bağlamda, araştırmada Antalya turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatlar ve tehditlerine ilişkin turist rehberlerinin deneyimleri temel alınmıştır. Araştırmanın örneklemini, Antalya’da rehberlik hizmeti sunan turist rehberleri oluşturmaktadır. Turist Rehberleri Odaları Birliği’nin (TUREB) güncel istatistiklerine göre, Antalya Rehberler Odası’na kayıtlı toplam 1.902 turist rehberi bulunmaktadır ([www.tureb.org.tr](http://www.tureb.org.tr), 28.08.2025). Katılımcılar, araştırma konusuyla doğrudan ilişkili bireylerin seçilmesine olanak tanıyan amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu kapsamda, aktif olarak görev yapan ve farklı dillerde rehberlik hizmeti sunan 11 turist rehberi ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların görüşlerini ayrıntılı bir şekilde ifade edebilmeleri için yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış ve veriler derinlemesine görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Görüşmeler, yüz yüze veya çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmiş ve her biri ortalama 30-40 dakika sürmüştür. Görüşme soruları, SWOT analizinin dört temel bileşenine (güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler) yönelik olarak hazırlanmıştır. Katılımcıların deneyim ve

gözlemlerini daha iyi anlamak amacıyla açık uçlu sorular kullanılmıştır. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin soruların ardından aşağıda yer alan sorular yöneltilmiştir:

1. Antalya'ya gelen turist profilini nasıl değerlendirirsiniz?
2. Turizmin Antalya'da yarattığı değişimlere ilişkin görüşleriniz nelerdir?
3. Antalya'nın turizm açısından güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?
4. Sizce Antalya'da turizme yönelik fırsatlar ve tehditler nelerdir?

Bu soruların ardından, katılımcıların Antalya turizmine yönelik algılarını ortaya koymak amacıyla bir metafor sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan Antalya turizmini “*bir nesneye, renge, şekle, hayvana, masal kahramanına, tarihsel kimliğe, fenomene ya da canlıya*” benzetmeleri ve bu benzetimlerine ilişkin gerekçelerini açıklamaları istenmiştir.

Görüşme verileri kayıt altına alınarak yazıya dökülmüştür. Elde edilen veriler, turist rehberlerinin saha tecrübelerine dayanmakta olan içgörülerini anlamaya yönelik olarak oluşturulmuştur. Veriler, nitel veri analiz türü olan betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir (Yıldırım ve Şimşek 2003). Yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla elde edilen veriler yalnızca yüzeysel betimlemelerle sınırlı kalmayıp, katılımcıların anlam dünyalarını yansıtan temalara ulaşmak amacıyla yapılandırılmıştır. Betimsel analiz süreci, tematik analiz ilkeleriyle desteklenmiş, ayrıca katılımcı doğrulaması ve bağımsız kodlayıcılar ile analiz güvenilirliği artırılmıştır. Katılımcıların deneyimlerini derinlemesine anlamak için yorumlayıcı bir yaklaşım benimsenmiştir.

Görüşme kayıtları çözümlendikten sonra, veriler analiz edilmeden önce her bir katılımcıya ait cevaplar ayrı ayrı okunarak açık kodlama süreciyle veriler sınıflandırılmıştır. Açık kodlamada, metin içerisindeki anlamlı ifadeler, kavramlar ve tekrar eden yapılar belirlenmiş ve bu ifadeler başlangıç kodları haline getirilmiştir. Sonrasında bu açık kodlar, içerik benzerliklerine göre gruplanarak eksen kodlara dönüştürülmüş ve temalar oluşturulmuştur. Bu süreçte hem katılımcı ifadelerinin doğrudan aktarımı hem de araştırmacı yorumu dikkate alınmıştır. Kapalı (önceden belirlenmiş) kod listesi kullanılmamış, kodlar tümevarımcı bir yaklaşımla, verilerin içinden türetilmiştir. Verilerin analizinde manuel olarak Microsoft Excel tabloları üzerinden kod-tema eşleşmeleri yapılmıştır.

Nitel araştırmalarda geçerliliğin ve güvenilirliğinin sağlanması önem arz eden bir konudur ve ölçülecek olan bir özelliğin yansız bir şekilde ölçülmesini ifade etmektedir (Baştürk vd. 2013). Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak için üç temel strateji benimsenmiştir:

- *Üçgenleme (Triangulation)*: Çalışmada farklı kaynaklardan (rehberlerin deneyimleri, literatür) elde edilen veriler karşılaştırılarak analiz edilmiştir.

- *Katılımcı Doğrulama:* Ön bulgular, katılımcılarla paylaşılmış ve yorumlarının doğruluğu teyit edilmiştir.
- *Bağımsız Kodlayıcı Kullanımı:* Verilerin kodlanması sürecinde bağımsız bir araştırmacı/akademisyen ile çapraz kontrol yapılarak kodlamaların tutarlılığı sağlanmıştır. Öncelikle kod ve tema anlaşılabilirliği teyit ettirilmiş, devamında kod ve temaların eşleştirilmesi istenmiştir. Kod-tema eşleştirmelerinin tutarlılığı (%70 üzeri) yüksek çıkmıştır.

Çalışmada katılımcılara nedenleriyle birlikte Antalya'yı "bir nesne, obje, renk ya da kişiye" benzetmeleri istenmiş ve elde edilen veriler metafor analizine tabi tutulmuştur. Bunun temel nedeni, metafor analizinin katılımcıların Antalya turizmine ilişkin algılarını daha derin ve sembolik düzeyde anlamaya yönelik bir araç olmasıdır. Metaforlar, bireylerin yaşantılarına dair soyut düşüncelerini somut imgelerle ifade etmelerini sağlar (Lakoff ve Johnson, 1980'den akt Aydın, 2018). Bu yönüyle metafor analizi, fenomenolojik desenin anlam arayışına katkı sunmaktadır. Çünkü fenomenolojik yaklaşımda katılımcıların deneyimlediği olguların nasıl algılandığını ve ne tür anlamlar yüklediklerini anlamak esastır. Bu nedenle çalışmada metafor analizi, fenomenolojik verilerin yorumlayıcı gücünü artırmak amacıyla destekleyici bir teknik olarak entegre edilmiştir.

#### 4. Analiz ve Bulgular

Katılımcılara ilişkin sosyo-demografik veriler Tablo 2'de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde, katılımcıların yaş aralığının 28 ile 60 arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun evli ve lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların dil dağılımı incelendiğinde, Rusça, Almanca, İngilizce ve Bulgarca dillerinde çalıştıkları belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların çalıştıkları milletlerin oldukça çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Deneyim açısından değerlendirildiğinde, iki katılımcı dışında tüm katılımcıların 10 yıl ve üzeri mesleki deneyime sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyo-Demografik Yapıları

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Medeni Durum	Ruhsatname Dili	Çalıştığı Milliyetler	Deneyim
K1	Erkek	46	Lisansüstü	Evli	İngilizce	İngiliz, Amerikalı, Türk	5 yıl
K2	E	51	Lisans	Evli	Rusça, Bulgarca	BDT ülkeleri	25 yıl
K3	K	50	Lisans	Evli	Rusça, Bulgarca	Rus, Bulgar, Türk	28 yıl
K4	E	46	Lisansüstü	Evli	İngilizce	Türk, İngiliz, Amerikalı, Hindistanlı	10 yıl
K5	E	57	Lisans	Evli	Almanca İngilizce	Alman, Türk, İngiliz	29 yıl

<b>K6</b>	E	28	Lisans	Bekar	İngilizce, Türkçe	Kıbrıs, Avusturalya, Yeni Zelanda, Hindistan, Pakistan	1 yıl
<b>K7</b>	K	43	Lisans	Evli	Rusça	Rusça Konuşan 14 Ülke Vatandaşları	23 yıl
<b>K8</b>	E	26	Lisans	Bekar	İngilizce	Polonya, İngiliz, Amerikan, Avustralya	2 yıl
<b>K9</b>	E	60	Lisans	Evli	Almanca	İsviçreli, Alman, Avusturyalı, Türk	36 yıl
<b>K10</b>	E	48	Lisans	Evli	Rusça, İngilizce	Rus ve İngiliz	23 yıl
<b>K11</b>	K	53	Lisans	Evli	Almanca	Alman, Türk	29 yıl

Araştırma amaçlarına yönelik analizlere başlamadan önce Antalya'ya gelen *turist profili* incelenmiştir. Katılımcıların yorumlarına dayanarak turist profiline ilişkin verdikleri yanıtlardan yola çıkılarak şu çıkarımlar yapılmıştır:

Antalya'ya gelen turistler, gelir düzeylerine göre farklı gruplara ayrılmaktadır. Üst düzey turistler lüks hizmetleri tercih ederken, orta gelir grubu “her şey dahil” otelleri, düşük gelirli turistler ise daha ekonomik konaklama seçeneklerini tercih etmektedir (K8, K4, K10, K11). Turistlerin büyük bölümü yaz aylarında deniz, kum ve güneş odaklı tatil yaparken, kış aylarında daha uzun süreli konaklamalara yönelmektedir (K5, K9, K4, K10, K11). Antalya'daki turistler genellikle eğlence ve dinlenmeye odaklanırken, kültür turizmine olan ilginin azaldığı gözlemlenmektedir. Eğlence turizmi, kültür turizmine kıyasla daha baskın hale gelmiştir (K5, K7, K11). Turistlerin harcama eğilimleri büyük ölçüde konaklama ve eğlenceye yöneliktir. Kültürel turlara yapılan harcamalar sınırlıdır (K8, K2, K5, K6). Antalya'ya en çok Rus, Alman ve Kuzey Avrupa ülkelerinden turist gelmektedir. Alman turistler kültürel deneyimlere daha fazla ilgi göstermektedir (K9, K2, K4, K6).

Tablo 3'te, Antalya'da turizmin yarattığı olumlu ve olumsuz dönüşümler kategorize edilerek sunulmuştur. Olumlu dönüşümler arasında kültürel mirasın tanıtımı, doğal mirasın korunması, ekonomik kalkınma ve gelişim, sosyo-demografik çeşitlilik, kültürel etkileşim, turizm altyapısının gelişimi ve mimari etkiler, turizmin tanıtıma yönelik katkıları, kültürel etkinliklerin artışı ve turist kaynak pazarlarının çeşitlenmesi öne çıkmaktadır. Olumsuz etkiler arasında ise kentsel dokunun bozulması, plansız kapasite artışı, kültürel yozlaşma ve metalaşma, tarım ve turizm arasındaki dengenin bozulması, ulaşımın çeşitlendirilememesi, markalaşamama ve yaşam maliyetinin artması dikkat çekmektedir. Tablo 3, Antalya turizminin ekonomik ve kültürel katkılar sağlarken, sürdürülebilirlik açısından önemli riskler taşıdığını göstermektedir. Bu nedenle, turizmin planlı bir şekilde yönetilmesi, çevresel ve sosyal etkilerin dengelenmesi büyük önem taşımaktadır.

Tablo 3. Turizmin Antalya’da Meydana Getirdiği Dönüşüme İlişkin Değerlendirme

Olumlu Temalar	Kodlar	Katılımcı
Kültürel Mirasın Tanıtımı	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tarihi ve antik alanların tanıtılması</li> <li>Tarihi çekiciliklerin bilinirliğinin artması</li> </ul>	K1
Doğal Mirası Koruma	<ul style="list-style-type: none"> <li>Doğal çevrenin korunması ve tanıtılması</li> </ul>	K1
Ekonomik Kalkınma ve Gelişim	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ekonomik büyüme ve çeşitlenme</li> <li>İstihdam yaratma</li> <li>Döviz girdisi sağlama</li> <li>Yan üretim yelpazesinin genişlemesi</li> <li>Esnaf ve yerel halkın gelirinin artışı</li> <li>Sektörel yatırımlar ve iş fırsatları</li> </ul>	K1, K2, K4, K5, K6, K11
Sosyo-Demografik Yapının Çeşitlenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nüfus artışı ve şehir genişlemesi</li> <li>Yabancı turistlerin yerleşik hayata geçişi</li> <li>Kültürlerarası evlilikler</li> </ul>	K2, K7
Kültürel Etkileşim	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turist ve yerel halk arasında kültür alışverişi</li> <li>Kültürel etkileşimin artması</li> <li>Dil öğrenimi ve medeni ilişkiler</li> <li>Yerel kültürün gelişimi</li> <li>Hoşgörülü toplumun oluşması</li> </ul>	K3, K4, K7, K10
Altyapı ve Mimari Etkileri	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gelişmiş mimari yapılar</li> <li>Altyapı ve üstyapı gelişimi</li> <li>Havaalanı ve otel kapasitesi artışı</li> </ul>	K4, K5, K6
Tanıtım Etkileri	<ul style="list-style-type: none"> <li>Antalya'nın dış dünyaya tanıtılması</li> </ul>	K4, K5, K6
Kültürel Etkinliklerin Artışı	<ul style="list-style-type: none"> <li>Festivallerin düzenlenmesi ve turizm etkisi</li> </ul>	K8
Turist Kaynak Pazarlarındaki Çeşitlenme	<ul style="list-style-type: none"> <li>Farklı milliyetlerden turistlerin artışı</li> </ul>	K8
Olumsuz Temalar	Kodlar	Alıntı
Kentin Orijinal Dokusunun Bozulması	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kötü restorasyon</li> <li>Yapıların orijinal dokusunun bozulması</li> <li>Çarpık kentleşme</li> <li>Çevre kirliliği</li> </ul>	K1, K11
Plansız Kapasite Artışı	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ziyaretçi sayısı artışı</li> <li>Koruma-kullanma dengesinin bozulması</li> </ul>	K3, K10, K11
Kültürel Yozlaşma ve Metalaşma	<ul style="list-style-type: none"> <li>Davranış değişimleri</li> <li>Kültürel yozlaşma</li> <li>Yabancı kültürlerin etkisi</li> <li>Etige aykırı davranışlar</li> <li>Fiyatlandırma sorunları</li> <li>Turistin kandırılması</li> <li>Yerel değerlerin yozlaşması</li> <li>Geleneksel kültürün unutulması</li> </ul>	K4, K11
Tarım ve Turizm Arasındaki Dengenin Bozulması	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tarım alanlarının turizm amaçlı kullanımı</li> </ul>	K4, K10
Ulaşımın Çeşitlendirilememesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uçak ağırlıklı turizm ulaşımı</li> <li>Gemi ulaşımı eksikliği</li> <li>Demir yolu ve tren altyapısı eksiklikleri</li> </ul>	K9
Markalaşamama	<ul style="list-style-type: none"> <li>Markalaşma stratejisi eksiklikleri</li> </ul>	K9, K10

	• Tutarsız ekonomik algı	
Yaşam Maliyetinin Artması	• Kiraların artışı	K9, K10
	• Şehirde yaşamın pahalı hale gelmesi	

Çalışmada turizmin yarattığı olumlu ve olumsuz dönüşümlerden sonra SWOT analizi için veriler değerlendirilmiştir. SWOT bileşenleri belirlenirken, **güçlü yönler ve zayıf yönler** destinasyonun mevcut durumda sahip olduğu veya eksik olduğu **içsel unsurlar** olarak ele alınmıştır. Buna karşılık, **fırsatlar ve tehditler** destinasyonun doğrudan kontrolü dışında gelişen, sektörel, çevresel ve küresel dinamiklere bağlı **dışsal faktörler** olarak değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada güçlü yönler, destinasyonun mevcut durumda sahip olduğu, içsel ve kontrol edilebilir avantajları ifade etmektedir. Antalya, sahip olduğu doğal, kültürel ve altyapısal özellikler ile turizm sektöründe güçlü bir konuma sahiptir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda belirlenen güçlü yönler beş ana tema altında toplanmıştır. Antalya'nın güçlü yönleri, Tablo 4'te görüldüğü gibi, "Coğrafi ve Altyapısal Avantajlar", "Doğal ve Kültürel Çekicilikler", "Turizm Hizmetlerinin Çeşitliliği ve Kalitesi", "Yerel Deneyim ve Misafirperverlik" ve "Sürdürülebilir Turizm ve Tarım" temalarına ayrılmaktadır. "Coğrafi ve Altyapısal Avantajlar" teması, Antalya'nın stratejik konumu, kolay ulaşılabilir uluslararası havalimanı ve deniz ile dağlara yakınlığını vurgulamaktadır. Bu faktörler, şehri yerli ve yabancı turistler için cazip kılmaktadır. "Doğal ve Kültürel Çekicilikler" ise zengin tarihi dokusu, antik kentler, doğal güzellikler, plajlar ve müzelerin çeşitliliği gibi unsurları içermektedir. "Turizm Hizmetlerinin Çeşitliliği ve Kalitesi" teması, konforlu konaklama seçenekleri, tatil paketleri ve zengin içerikli turların sunulmasını içermektedir. Bu, Antalya'nın turizm sektöründeki başarısını pekiştiren güçlü yönlerden biridir. "Yerel Deneyim ve Misafirperverlik", yerel halkın misafirperverliği, yabancı dil bilen yerel halkın varlığı ve deneyimli turizm personelini kapsar. Bu, turistlerin kendilerini güvende hissetmelerine yardımcı olur. Son olarak, "Sürdürülebilir Turizm ve Tarım", Antalya'nın dört mevsim turizme elverişli olmasını sağlayan tarım ürünleri ve sürdürülebilir turizm olanaklarına odaklanmaktadır.

Tablo 4. Antalya'nın Turizm Açısından Algılanan Güçlü Yönleri

Tema	Kod	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11
Coğrafi Altyapısal Avantajlar	ve Zengin tarihi doku ve antik kentler	x	x		x	x		x	x	x	x	x
	Stratejik coğrafi konum	x							x	x		x
	Havalimanına ulaşım kolaylığı					x						
	Uluslararası ölçekte havalimanı altyapısı						x					
	Denize ve dağa kolay erişim							x				
Doğal ve Kültürel Çekicilikler	Doğal güzellikler ve ekosistem çeşitliliği	x	x		x			x	x			
	Geniş plaj olanakları			x		x			x			
	Müzelerin çeşitlenmesi ve kültürel altyapı								x			
	Deniz		x	x					x	x		
Turizm Hizmetlerinin Çeşitliliği Kalitesi	ve Konforlu konaklama tesisleri		x	x	x	x						x
	Yüksek hizmet kalitesi		x	x	x	x	x					x
	Tatil paketi çeşitliliği		x									
	Zengin içerikli tur seçenekleri								x			
Yerel Deneyim ve Misafirperverlik	Yerel halkın misafirperverliği		x								x	
	Yabancı dil bilen yerel halkın varlığı					x						
	Deneyimli turizm personeli					x						x
Sürdürülebilir Turizm ve Tarım	Dört mevsim turizme elverişli iklim				x			x	x		x	x
	Denize girme süresinin uzun olması		x									
	Tarımsal ürün çeşitliliği ve yerel üretim desteği								x			

Bu çalışmada zayıf yönler, Antalya turizminin mevcut durumda sahip olduğu ve kontrol edilebilir olan içsel eksiklikler olarak ele alınmıştır. Katılımcıların ifadeleri, altyapıdan insan kaynağına, çevresel sorunlardan sosyo-kültürel boyutlara kadar uzanan çeşitli zayıf yönleri

ortaya koymaktadır. Bu unsurlar, Antalya'nın turizm potansiyelini sınırlayan ve destinasyonun rekabet gücünü zayıflatan içsel faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Antalya'nın zayıf yönleri, Tablo 5'te görüldüğü gibi dört temaya ayrılmaktadır: “Altyapı ve Ulaşım Sorunları”, “İnsan Kaynağı ve Eğitim Eksiklikleri”, “Çevresel ve Sürdürülebilirlik Sorunları” ve “Sosyal, Ekonomik ve Kültürel Zayıflıklar”. “Altyapı ve Ulaşım Sorunları” teması, yetersiz altyapı, konaklama tesisleri ile şehir merkezi arasındaki ulaşım eksiklikleri ve artan trafikle ilgilidir. Bu sorunlar, yoğun turizm sezonlarında hizmet aksaklıklarına yol açmakta ve turist deneyimini olumsuz etkilemektedir. “İnsan Kaynağı ve Eğitim Eksiklikleri” teması, sektörel paydaşların bilinçsizlikleri, düşük eğitim seviyesi ve nitelikli çalışan eksikliklerini içerir. Bu durum, hizmet kalitesini düşürmekte ve işletmelerin sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. “Çevresel ve Sürdürülebilirlik Sorunları” teması, atık yönetimi yetersizliği, büyük otellerin çevreyi bozması, yüksek sıcaklıklar, artan nüfus ve çevre kirliliği ile ilgilidir. Bu faktörler, bölgenin sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. “Sosyal, Ekonomik ve Kültürel Zayıflıklar” teması ise kültürel etkinliklerin yetersizliği, bilinçsiz esnaf davranışı, fiyat artışları ve yerleşik yabancı nüfusun artışı gibi sorunları kapsamaktadır. Bu unsurlar, hem yerel halkı hem de turistleri olumsuz etkileyerek sosyal ve ekonomik rekabeti artırmaktadır.

Tablo 5. Antalya'nın Turizm Açısından Algılanan Zayıf Yönleri

Tema	Kod	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11
Altyapı ve Ulaşım Sorunları	Yetersiz altyapı		x			x			x			
	Konaklama tesisleri ve merkez arası ulaşım hatlarının yetersizliği		x									
	Artan trafik		x		x	x			x			x
İnsan Kaynağı ve Eğitim Eksiklikleri	Sektörel paydaşların bilinçsizliği		x									
	Kalifiye personel eksikliği	x	x		x			x		x		x
	Turizm bilincinin gelişmemesi									x		
Çevresel ve Sürdürülebilirlik Sorunları	Atık yönetimi yetersizliği					x						
	Sahil bandına yayılan büyük betonarme oteller							x				
	Doğal yapının bozulması										x	x
Sosyal, Ekonomik ve	Çevre kirliliği artışı											x
	Kültürel ve sanatsal etkinliklerin yetersizliği		x									

<b>Kültürel Zayıflıklar</b>	Bilinçsiz esnaf davranışı	x				
	Fiyat artışları		x	x	x	x

Bu çalışmada fırsatlar, Antalya turizminin mevcut durumda sahip olduğu ve değerlendirilmesi halinde destinasyonun gelişimini ve rekabet gücünü artıracak dışsal avantajlar olarak ele alınmıştır. Katılımcıların ifadeleri, tarihi ve kültürel mirastan altyapı gelişimine, alternatif turizm olanaklarından paydaş iş birliğine kadar uzanan çeşitli fırsatları ortaya koymaktadır. Bu unsurlar, Antalya'nın turizm potansiyelini artıran ve destinasyonun sürdürülebilir büyümesini destekleyen dışsal faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Antalya'nın fırsatları, Tablo 6'da gösterildiği gibi dört ana temada toplanmaktadır: “Alternatif Turizm Olanaklarının Fazla Olması”, “Ulaşım ve Altyapı Gelişimi”, “Turizm İmkanlarının Çeşitlendirilmesi” ve “Paydaşlar Arası Dayanışma”. “Alternatif Turizm Olanaklarının Fazla Olması” teması, antik kentler, ören yerleri, doğal güzellikler, Hristiyanlık rotası, kongre turizmi, yerel festivaller, golf ve sağlık turizmi altyapısı gibi unsurları içermektedir. Bu faktörler, Antalya'nın alternatif turizm potansiyelini artırmaktadır. “Ulaşım ve Altyapı Gelişimi” teması, Alanya otoyolu, yeni geçitler, hızlı tren hattı, ilçelere kolay havalimanı erişimi, uluslararası uçuşlar ve limanla ilgili gelişmeleri kapsamaktadır. Bu faktörler, bölgenin turizm potansiyelini desteklemektedir. “Turizm İmkanlarının Çeşitlendirilmesi” teması, tesislerin çok yönlü olması, ek aktiviteler, kış turizmi ve uzun deniz sezonu gibi fırsatları içermektedir. Bu, Antalya'nın turizm çeşitliliğini artıran unsurlardır. Son olarak, “Paydaşlar Arası Dayanışma” teması, yerel yönetimin turizmi desteklemesi ve güçlü paydaş iletişimini vurgulamaktadır.

Tablo 6. Antalya'nın Turizmdeki Algılanan Fırsatları

Tema	Kod	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11
<b>Alternatif Turizm Olanaklarının Fazla Olması</b>	Henüz turizme açılmamış ören yerlerinin olması		x						x			x
	Hristiyanlık için önemli rota ve yapıların olması								x			
	Kongre pazarının büyümesi	x								x		x
	Yerel festivallerin çokluğu											x
	Golf alt											x

	yapısının olması	
	Sağlık turizmi alt yapısı olması	x
<b>Ulaşım ve Altyapı Gelişimi</b>	Alanya otoyolunun yapımı	x
	Yeni alt ve üst geçitlerin planlanması	x
	İstanbul-Antalya arası hızlı tren hattının planlanması	x
	Uluslararası direk uçuşların artışı	x
	Limanın varlığı	x
<b>Turizm İmkanlarının Çeşitlendirilmesi</b>	Gezilere eklenebilecek aktivitelerin çokluğu	x
	Otellerin kışında faaliyet göstermeye elverişliliği	x
<b>Paydaşlar Arası Dayanışma</b>	Yerel yönetimin turizmi desteklemesi	x
	Paydaşların güçlü iletişimi	x

Bu çalışmada tehditler, Antalya turizminin mevcut durumda karşılaşılabileceği ve destinasyonun sürdürülebilirliğini, imajını veya rekabet gücünü olumsuz etkileyebilecek dışsal riskler olarak ele alınmıştır. Katılımcıların ifadeleri, altyapı ve çevresel sorunlardan insan kaynağı ve etik sorunlara, sosyal ve ekonomik boyutlara kadar uzanan çeşitli tehditleri ortaya koymaktadır. Bu unsurlar, Antalya'nın turizm potansiyelini sınırlayan ve destinasyonun gelecekteki performansını olumsuz etkileyebilecek dışsal faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Antalya'nın tehditleri, Tablo 7'de görüldüğü üzere üç ana tema altında toplanmaktadır: "Altyapı ve Çevresel Sorunlar", "İnsan Kaynağı ve Etik Sorunlar" ve "Sosyal ve Ekonomik Sorunlar". "Altyapı ve Çevresel Sorunlar" teması, altyapı eksiklikleri, plansız şehirleşme, deniz kirliliği, betonlaşma, ekolojik kirlilik ve artan sıcaklıkları içermektedir. Bu faktörler, turizm sektörünü tehdit etmektedir. "İnsan Kaynağı ve Etik Sorunlar" teması, kalifiye iş gücü

eksikliği, kaçak acentecilik, etik dışı rehberlik gibi sorunları kapsamaktadır. “Sosyal ve Ekonomik Sorunlar” teması, kitle turizmine bağımlılık, artan nüfus, pazar çeşitliliği eksikliği ve suç artışı gibi unsurları içermektedir. Bu tehditler, Antalya'nın turizm potansiyelini sınırlayarak sektördeki sürdürülebilirliği ve bölgenin gelişimini olumsuz etkilemektedir.

Tablo 7. Antalya Turizmine Yönelik Algılanan Tehditler

Tema	Kod	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11
Altyapı ve Çevresel Sorunlar	Altyapı sorunları	x				x		x				x
	Şehrin plansız büyümesi							x				
	Deniz kirliliği		x					x				
	Betonlaşmanın şehrin silüetine yansımaları							x				
	Ekolojik kirlilik		x									
	Artan sıcaklık			x		x					x	
	Koruma-kullanma dengesinin bozulması										x	x
İnsan Kaynağı ve Etik Sorunlar	Kalifiye iş gücü eksikliği	x				x				x		
	Kaçak acentacılık faaliyetleri			x					x	x		
	Kaçak rehberlik ve rehberlerin etik dışı davranışları			x					x			
Sosyal ve Ekonomik Sorunlar	Kitle turizmine aşırı bağımlılık	x					x					
	Artan nüfus					x						x
	Pazar çeşitlendirme yetersizliği						x					
	Suç artışı											x
	Yerleşik yabancıların artışı										x	

Antalya turizmine yönelik metaforların belirlenmesine ilişkin sorudan elde edilen ifadeler, Tablo 8’de belirli temalar altında sınıflandırılmıştır. Elde edilen veriler, katılımcıların Antalya’yı genellikle doğal güzellikleri, kültürel mirası ve turizm olanakları açısından güçlü bir destinasyon olarak gördüğünü ortaya koymaktadır. Metaforlar, bireylerin algılarını ve deneyimlerini anlamaya yardımcı olan güçlü araçlardır. Turist rehberlerinin Antalya turizmi

için seçtiği metaforlar, kentin turizm dinamiklerini ve karşı karşıya olduğu zorlukları anlamak açısından önemli ipuçları sunmaktadır.

Tablo 8. Metafor Sorusuna Yönelik Çözümlenmeler

Tema	Metafor	Nedeni
Doğal ve Biyolojik Metaforlar	<i>Güneş</i>	Kent hayat dolu ve enerjik. (K2)
	<i>Turuncu</i>	Sıcak bir kent. (K3)
	<i>Kilden Çamur</i>	Doğru ve emin ellerde olursa çok faydalı ve kıymetli hale gelebileceği gibi yanlış ellerde kıymetsiz, işe yaramaz, hatta zararlı, kirli bir çamur olabilir. (K4)
	<i>Tırtıl</i>	Kelebeğe dönüştü. Ama ömrünü uzatmak ve tedbir almak gerekir. (K5)
	<i>Hücre</i>	Bir hücre bölününce çoğalır. Antalya da hücrenin yapısında olduğu gibi sürekli olarak büyüyor. 20 sene önceki Antalya ile şimdiki Antalya bir değil. (K5)
Mitolojik Metaforlar	<i>Sisyphos</i>	Çünkü çok yerinde kararlar alınıp büyük umutlarla önemli sonuçlar alındıktan sonra özellikle süreklilikte ve istikrarda yaşanan sorunlardan dolayı sil baştan benzer sorunların yaşandığına çok şahit oldum. (K1)
	<i>Narkissos</i>	Yüksek turizm potansiyeline sahip olup sadece deniz, kum, güneş turizmüne odaklandığından dolayı kendi kendini yiyip bitiriyor. Antalya sürdürülebilir turizm açısından her geçen gün kötüye gitmektedir. (K6)
	<i>Kral Attalos</i>	Uzaklardan bakıldığında hayran olunası bir karakter. Kendine sadece aşık etmez; yıllarca beraber yaşamayı zevke dönüştürür. (K7)
Değişim Metaforları	<i>Puzzle</i>	Her bir parçasıyla var olan bir yer. Fakat bu parçalarından biri, bir kaç eksik olursa bunu tamamlamak zor. Keşfedilmeye yönelik çok şeyi olan bir dünya. (K8)
	<i>Bukalemun &amp; Ahtapot</i>	Bu canlılar renk değiştirerek ortama uyum sağlarlar. Turist de Antalya'ya indiğinde su sporları, dağcılık, trekking, kültür turu gibi farklı ilgi alanlarına yönelebilir. Yani aynı yerde, farklı renkleri yaşayabilirler. (K9)
	<i>Alaaddin'in Sihirli Lambası</i>	Sonsuz imkânlar ve sürprizler barındırır, herkesi büyüler. İnsanları eşsiz güzellikleri ve imkânlarıyla kendine çeker. (K11)

Birinci metafor grubu “*Doğal ve Biyolojik Metaforlar*” olarak belirlenmiştir. “Güneş”, Antalya’nın yıl boyunca güneşli iklimi ve turizm potansiyelinin sürekliliğine vurgu yapmaktadır. Güneş, sıcaklık, enerji ve canlılıkla ilişkilendirilerek bölgenin turizmdeki çekiciliğini temsil edebilir. “*Turuncu*”, Antalya’nın portakal bahçeleriyle ünlü olması, sıcak ve samimi bir atmosfer sunmasıyla bağlantılıdır. Ayrıca turuncu renk, hareketlilik ve dinamizmi simgeleyerek şehrin turizm sektöründeki aktif yapısını gösterebilir. “*Kilden çamur*”, Antalya’nın turizminin şekillendirilebilir ve esnek yapısını temsil edebilir. Aynı zamanda, altyapı sorunları ya da çevresel sürdürülebilirlik açısından istikrarsızlık anlamına da gelebilir. “*Tırtıl*”, Antalya’nın gelişmekte olan turizm potansiyelini ve dönüşüm sürecini simgeler. Tırtılın bir kelebeğe dönüşmesi gibi, Antalya da turizm açısından daha büyük ve sürdürülebilir bir geleceğe evrilebilir. “*Hücre*”, Antalya turizminin bir bütün olarak çalışan birçok küçük ve birbirine bağlı yapıdan oluştuğunu vurgulamaktadır. Her hücrenin bir işlevi olduğu gibi, turizmde de farklı paydaşlar bir araya gelerek büyük bir sistem oluşturmaktadır.

İkinci metafor grubu, “*Mitolojik Metaforlar*” olarak ortaya çıkarken, Antalya turizminin mevcut durumunu ve karşılaştığı zorlukları anlamada önemli semboller sunmaktadır. “*Sisyphos*”, Yunan mitolojisinde sonsuz bir döngü içinde ağır bir kayayı tepeye çıkarmaya çalışan ama her seferinde başarısız olan bir figürdür. Antalya turizmi açısından bu metafor şu

şekilde yorumlanabilir: “Antalya turizminin gelişimi için sürekli çaba sarf edilmesine rağmen, altyapı sorunları, sezon bağımlılığı ve sürdürülebilirlik gibi temel konular çözülememektedir”. Ayrıca yaz aylarında zirveye çıkan turizm hareketliliği, sezon sonunda tekrar durgunluğa girmektedir. Bu döngü, Sisyphos’un tepeye taşıdığı kayanın her seferinde geri yuvarlanmasına benzetilebilir. “**Narkissos**”, mitolojide kendi yansımasına aşık olan ve bu yüzden çevresindeki gerçekleri göz ardı eden bir figürdür. Bu metafor, Antalya turizmi bağlamında şu anlamlara gelebilir: “Antalya’nın doğal güzellikleri, tarihi mirası ve deniz-kum-güneş turizmi gibi güçlü yanlarına aşırı odaklanması, turizmi çeşitlendirme gerekliliğini göz ardı etmesine neden olmaktadır”. Antalya turizmi, aşırı yapılaşma, çevre kirliliği ve iklim değişikliği gibi önemli tehditleri fark etmekte geç kalabilir. Kendi cazibesine fazlasıyla güvenmek, uzun vadede riskler yaratabilir. “**Kral Attalos**”, Antalya’ya adını veren ve şehri kurduğu rivayet edilen Bergama Kralı’dır. Bu metafor, Antalya’nın tarihi ve kültürel mirasını vurgulayan önemli bir semboldür. Kral Attalos, Antalya’nın turizmin başkenti olma vizyonunu ve bu alandaki öncü rolünü temsil edebilir.

Üçüncü metafor grubu ise “**Değişim Metaforları**” olarak ortaya çıkmıştır. Turizm sektörü, değişken yapısıyla esneklik ve uyum gerektiren bir alan olup, Antalya turizminin de sürekli dönüşüm içinde olması gerekmektedir. Bu bağlamda kullanılan metaforlar, sektörün nasıl şekillendiğini ve yönlendirilmesi gerektiğini anlamaya yardımcı olmaktadır. “**Puzzle**” metaforu, Antalya turizminin bir bütün oluşturması için farklı parçaların bir araya getirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Antalya, tarih, doğa, kültür, gastronomi ve deniz-kum-güneş gibi birçok turizm bileşenine sahiptir. Ancak, bu unsurların doğru şekilde birleştirilmesi, turizmin daha sürdürülebilir ve verimli hale gelmesini sağlayacaktır. Turizm sektörü, oteller, seyahat acenteleri, turist rehberleri, yerel yönetimler ve halk gibi birçok farklı aktörün uyum içinde çalışmasını gerektirmektedir. Bu iş birliği sağlanamazsa, puzzle tamamlanamaz ve eksik parçalar nedeniyle bütünlük sağlanamaz. Antalya’nın turizmde eksik olan unsurlar (örneğin, sezon dışı turizmin zayıflığı, altyapı eksiklikleri, sürdürülebilirlik sorunları) tamamlanmadıkça, bütüncül bir turizm vizyonu oluşturulamaz. “**Bukalemun veya Ahtapot**” metaforu Antalya turizminin esneklik ve uyum sağlama kapasitesine vurgu yapmaktadır. Bukalemun, bulunduğu ortama uyum sağlayan bir canlıdır. Antalya’nın da turizmde değişen taleplere (örneğin, doğa turizmi, gastronomi turizmi, sağlık turizmi gibi yeni eğilimler) hızla adapte olması gerekmektedir. Kitlesele turizme aşırı bağımlılık yerine, turizmin farklı yönlerini geliştirerek pazardaki değişimlere ayak uydurmalıdır. Pandemi gibi kriz durumlarında olduğu gibi, yeni stratejilerle krizleri fırsata çevirme yeteneği kazanılmalıdır. Ahtapot, çok yönlü ve aynı anda birden fazla işle ilgilenebilen bir deniz canlısıdır. Antalya turizmi de aynı anda

farklı pazarlara (örneğin, Avrupalı turistler, yerli turistler, Uzak Doğu'dan gelen turistler) hitap edebilmeli ve çeşitliliği yönetebilmelidir. Antalya'nın turizm sektöründe birden fazla alanda güçlü olması (kültürel turizm, sağlık turizmi, golf turizmi gibi) rekabet avantajını artıracaktır. “Alaaddin’in Sihirli Lambası” metaforu ise Antalya turizminin sahip olduğu büyük potansiyele ve bu potansiyelin doğru şekilde kullanılması gerektiğine işaret etmektedir. Bu temada gizli potansiyelin açığa çıkması teması vurgulanmıştır. Antalya, sadece yaz turizmiyle sınırlı kalmayıp, sahip olduğu kültürel, tarihi ve doğal zenginliklerle dört mevsim turizm yapabilecek kapasiteye sahiptir. Ancak, bu potansiyelin keşfedilmesi ve iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. Alaaddin'in lambasından çıkan cin gibi, Antalya'nın turizm sektörü de doğru politikalar ve yatırımlarla büyük bir büyüme gösterebilir. Ancak, yanlış yönetildiğinde bu fırsatlar boşa gidebilir.

## 5. Sonuç

Bu çalışma, Antalya turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya olduğu fırsatlar ve tehditleri, turist rehberlerinin perspektifinden SWOT analizi ve metaforik değerlendirmeler yoluyla incelemiştir. Turizmin Antalya'da yarattığı olumlu ve olumsuz dönüşümler, araştırmada detaylı bir şekilde incelenmiştir. Olumlu dönüşümler söz konusu olduğunda turizmin Antalya'da kültürel mirasın tanıtımına ve doğal mirasın korunmasına katkı sağladığı, ekonomik kalkınma ve gelişimi desteklediği, sosyo-demografik çeşitliliği, kültürel etkileşim ve etkinlikleri artırdığı, turizm altyapısını geliştirdiği ve son olarak turist kaynak pazarlarının çeşitlenmesine katkı ortaya çıkmıştır. Bu olumlu etkilere yönelik literatürde de benzer çalışmaların ortaya çıktığı keşfedilmiştir (Öztürk 2010; Kapan 2018; Kapan ve Timor 2018; Daştan 2023; Kızılaslan ve Ünal 2014). Antalya'nın turizmden olumsuz etkilendiği yönlerine bakıldığında şehri önemli sorunların beklediği görülmektedir. Bu olumsuz dönüşümler çalışmada kentsel dokunun bozulması, plansız kapasite artışı, kültürel yozlaşma ve metalaşma, tarım ve turizm arasındaki dengenin bozulması, ulaşımın çeşitlendirilememesi, markalaşmama ve yaşam maliyetinin artması olarak ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde bu sorunların bazıları yapılan literatür taramasında olumsuz dönüşümler olarak desteklenmiştir (Daştan 2023; Durgun 2007). Sonuçlar, turizmin Antalya'ya ekonomik ve kültürel katkılar sunduğunu, ancak sürdürülebilirlik açısından önemli riskler barındırdığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle, turizmin planlı bir şekilde yönetilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Sarkım da (2007) Antalya turizminin, teşviklerin etkisi ile çok hızlı bir gelişme gösterdiğini, fakat bu gelişmenin plansız ve kontrolsüz bir şekilde olduğunu vurgulamaktadır.

Güçlü yönleri bağlamında Antalya, sahip olduğu doğal ve kültürel zenginlikler, turizm altyapısının gelişmişliği ve misafirperver hizmet anlayışı ile Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Çalışmada "Doğal ve Kültürel Çekicilikler" temasının Antalya'nın öne çıkan güçlü yönü olduğu görülmektedir. Literatürde Antalya'nın doğal güzellikleri, iklimi, kültürel değerleri keşfedilen ve vurgulanan yönü olmuştur (Kapan ve Timor 2018; Öztürk 2010). Coğrafi konumu ve ulaşım kolaylığı Antalya için öncelikli vurgulanan güçlü yönlerdendir. Literatürde de bu unsurların ön çıktığı görülmektedir (Gökçe 2006; Gök ve Tuna 2013; Karakaş ve Çemberlitaş 2014). Antalya, Türkiye'nin en büyük havalimanlarından birine sahip olup, doğrudan uluslararası uçuşlarla Avrupa, Rusya ve Orta Doğu pazarlarına bağlanmaktadır. Boz ve Eşitti'nin (2020) araştırmalarında bulunduğu gibi hizmetlerinin çeşitliliği ve kalite bu çalışmada öne çıkan güçlü bir yöndür. Ayrıca diğer güçlü yön bulgularına göre şehir, gelişmiş turizm altyapısı ile konaklama ve eğlence olanakları bakımından geniş bir yelpaze sunmaktadır. Yüksek kaliteli oteller ve tatil köyleri, özellikle her şey dahil konsepti ile kitlesel turizme hizmet etmektedir. Antalya'nın deniz-kum-güneş turizmi açısından sunduğu uzun sezon avantajı da literatürde sıkça vurgulanan bir güçlü yön olarak görülmektedir (Sevimli Deniz ve Çelik 2017; Büyüksalvarcı ve Eren 2019). Bunun yanı sıra, Antalya zengin tarihi mirasa ve çok sayıda antik kente sahiptir. Aspendos, Perge, Myra, Xanthos, Patara, Phaselis, Side ve Olympos gibi önemli ören yerleri, bölgenin kültürel turizm açısından çekiciliğini artırmaktadır. Ayrıca, bölgenin doğal güzellikleri arasında Köprülü Kanyon, Saklıkent, Damлатаş Mağarası ve Düden Şelalesi gibi alanlar yer almakta ve ekoturizm olanakları sunmaktadır. Yerel halkın misafirperverliği ve turizm sektörünün güçlü yapısı da Antalya'nın rekabet gücünü artıran faktörler arasındadır.

Antalya'nın turizm açısından zayıf yönleri arasında öne çıkan altyapı ve ulaşım sorunları teması, literatürde Mansuroğlu ve Dağ (2021) tarafından da vurgulanmıştır. Yazarların belirttiği üzere, Antalya'da nüfusun belirli merkezlerde yoğunlaşması, ulaşımın motorlu taşıtlarla sınırlı kalmasına neden olurken, artan trafik yoğunluğu da çevre kirliliğini artırmaktadır. Özellikle altyapı eksiklikleri ve ulaşım sorunları, turistlerin deneyimlerini olumsuz etkileyen önemli faktörlerdir. Benzer şekilde yine Antalya özelinde Erdem ve diğerleri (2015) tarafından yapılan araştırmada da insan kaynağı ve eğitim eksikleri ve yine Türkay ve Saraç (2019) tarafından yapılan bir diğer çalışmada da çevresel ve sürdürülebilirlik sorunları bu çalışmada da şehrin önemli bir sorunsalları olarak ortaya çıkmıştır. Turizm sektöründe çalışanların büyük bir kısmı mevsimlik istihdam edilmekte ve eğitim seviyeleri yeterli düzeyde olmamaktadır. Ayrıca, sektördeki iş gücü devri yüksek olup, kalifiye eleman eksikliği hizmet kalitesinde düşüşe neden olabilmektedir. Hızlı ve plansız kentleşme,

Antalya'nın kentsel dokusunu olumsuz etkileyerek çevre kirliliği ve trafik sorunlarını artırmaktadır. Bu yönlere ek olarak sosyal, ekonomik ve kültürel zayıflıklar teması da Antalya'da önemli bir zayıf yön olarak bulunmuştur. Bu tema içinde özellikle Kapan'ın da (2018) vurguladığı gibi şehirde artan fiyat artışlarının şehirde yaşama maliyetini artırdığı ortaya çıkmıştır. Bu artışa sebep olan unsurun Rusya-Ukrayna Savaşı sonrasında şehre yerleşen yabancılar olduğu da vurgulanabilir.

Fırsatlar bağlamında Antalya'nın sahip olduğu en önemli unsurlar alternatif turizm olanaklarının çokluğu, turizm imkânlarının çeşitlendirilmesi ile ulaşım ve alt yapı gelişimi ortaya çıkmıştır. Antalya, sahip olduğu alternatif turizm potansiyeli sayesinde sürdürülebilir turizm stratejileri geliştirerek turizm faaliyetlerini çeşitlendirme fırsatına sahiptir. Antalya'nın bu özelliği Sarı (2007) tarafından da keşfedilmiştir. Sağlık turizmi, kongre turizmi, gastronomi turizmi ve doğa turizmi, Antalya için yeni pazar fırsatları sunmaktadır. Bölgedeki golf turizmi altyapısı oldukça gelişmiş olup, özellikle Avrupa ve Orta Doğu'dan gelen turistler için çekici bir segment oluşturmaktadır. Turizm imkânlarının çeşitlendirilmesi de yine Sarı'nın (2010) Alanya'da yapmış olduğu çalışmada ortaya çıkan bir diğer önemli bulgudur. Turizm imkânlarının çeşitlendirilmesi, turizmin tüm yıla yayılması için bir fırsat olarak görülmektedir. Yerel yönetimlerin ve özel sektörün birlikte çalışarak turizmi çeşitlendirme projelerine yatırım yapması, Antalya'nın turizmde rekabet avantajını artırabilir.

Araştırmada tehditlere ilişkin önemli bulgular elde edilmiştir. Akış'ın da (2011) çalışmasında vurguladığı gibi "alt yapı ve çevresel sorunlar" en çok ön plana çıkan tehdit olmuştur. Yine tehditlerde vurgulanan kitle turizmine aşırı bağımlılık altyapısının yetersiz kalmasına, kontrolsüz şehirleşme ve çevre kirliliğine sebep olan unsurlar olarak görülebilir. Bu durum Antalya'nın doğal ve tarihi mirasını tehdit eden bir durumdur. Bunun yanı sıra, insan kaynağı ve etik sorunlar ile sosyal ve ekonomik sorunlarda önemli tehditler olarak temalandırılmıştır. Keşfedilen tehditlerin iyi analiz edilmesi ve fırsatlar/güçlü yönler bağlamında bu tehditlere ilişkin stratejilerin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

### ***5.1. Uygulamaya Yönelik Öneriler***

Antalya turizminin sürdürülebilir bir şekilde gelişimini sağlamak ve rekabet gücünü artırmak için çeşitli stratejik adımlar atılmalıdır. Öncelikle, turizm çeşitliliğinin artırılması büyük önem taşımaktadır. Kitle turizminin ötesine geçerek sağlık turizmi, kültürel turizm, ekoturizm ve gastronomi turizmi gibi alternatif turizm türlerine daha fazla yatırım yapılmalıdır. Bu sayede, Antalya'nın turizm sezonu genişletilebilir ve farklı turist segmentlerine hitap edilebilir. Bununla birlikte, destinasyonun ulaşılabilirliğini artırmak amacıyla ulaşım altyapısının

güçlendirilmesi gerekmektedir. Antalya'ya yönelik yüksek hızlı tren projelerinin hayata geçirilmesi ve deniz yolu ulaşımının artırılması, turistlerin şehre daha kolay erişimini sağlayarak turizm faaliyetlerini destekleyecektir.

Bölgedeki en önemli zorluklardan biri olan nitelikli iş gücü eksikliğini gidermek için turizm sektöründe mesleki eğitim programları artırılmalı ve özellikle turist rehberlerinin etik standartlara uygun çalışmaları teşvik edilmelidir. Eğitimli ve deneyimli çalışanlar, turistlerin destinasyondaki deneyimlerini olumlu yönde etkileyerek destinasyon imajına katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması adına kıyı bölgelerinde aşırı betonlaşmanın önüne geçilmeli, doğal alanların korunmasına yönelik eko-turizm politikaları geliştirilmeli ve atık yönetim sistemleri iyileştirilmelidir. Bu doğrultuda, turizm faaliyetleri çevreye duyarlı bir şekilde planlanarak Antalya'nın doğal kaynaklarının korunması güvence altına alınmalıdır. Son olarak, Antalya'nın turizm kimliğinin güçlendirilmesi ve bir marka destinasyon olarak konumlandırılması için tutarlı ve uzun vadeli tanıtım stratejileri benimsenmelidir. Antalya, sadece deniz-kum-güneş destinasyonu olarak değil, çok yönlü ve farklı deneyimler sunan bir turizm merkezi olarak tanıtılmalıdır. Küresel pazarlama stratejileriyle hedef kitleler genişletilmeli ve destinasyonun rekabet avantajı artırılmalıdır. Bu önerilerin hayata geçirilmesi, Antalya'nın turizmde sürdürülebilir büyümesini destekleyerek uzun vadede bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimine katkı sağlayacaktır.

### **5.2. Teoriye Yönelik Öneriler**

Turizm araştırmalarında destinasyon değerlendirmelerini daha kapsamlı hale getirmek için SWOT analizi ile metafor analizinin entegrasyonu önerilmektedir. Destinasyonların sadece niceliksel verilerle değil, aynı zamanda turistlerin ve sektör paydaşlarının algılarıyla da incelenmesi, daha derinlemesine ve anlamlı sonuçlar sağlayabilir. Metafor analizinin SWOT analizine eklenmesi, destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerinin yanı sıra, turizm paydaşlarının algısal bakış açılarını anlamada da önemli bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte, sürdürülebilir turizm çerçevesinde yeni modeller geliştirilmesi gerekmektedir. Antalya örneğinden yola çıkarak, çevresel ve sosyo-ekonomik sürdürülebilirliği içeren destinasyon yönetimi modelleri oluşturulabilir. Bu modeller, doğal kaynakların korunmasını, yerel halkın turizm süreçlerine daha fazla dahil edilmesini ve destinasyonun uzun vadeli rekabet gücünün artırılmasını hedeflemelidir. Destinasyon yönetiminde sürdürülebilirliğin merkeze alınması, turizmin çevresel etkilerini minimize ederken, ekonomik faydaların daha adil bir şekilde dağıtılmasına da katkı sağlayacaktır. Ayrıca, turist rehberlerinin destinasyon

algısı ve sürdürülebilir turizme katkılarını inceleyen daha kapsamlı araştırmaların yapılması gerekmektedir. Turist rehberleri, turistlerin destinasyon deneyimlerini doğrudan etkileyen önemli aktörlerdir ve onların gözlemleri, destinasyon yönetimi açısından değerli bilgiler sunabilir. Rehberlerin turizmin sürdürülebilir gelişimine nasıl katkı sağlayabileceği, turistlere çevre bilinci kazandırma ve kültürel mirasın korunmasına yönelik rollerinin nasıl daha etkin hale getirilebileceği gibi konular, gelecekteki akademik araştırmalar için önemli bir çalışma alanı oluşturabilir.

### ***5.3. Araştırmanın Sınırlılıkları***

Bu araştırma, Antalya'daki on bir turist rehberi ile gerçekleştirilen nitel bir çalışma olup, örneklemin genişletilmesi daha kapsamlı sonuçlara ulaşmayı sağlayabilir. Farklı dillerde rehberlik yapan kişilerin ve turizm paydaşlarının çeşitliliği artırılarak daha geniş bir örnekleme sonuçların genellenebilirliği artırılabilir.

## KAYNAKÇA

- Akay, E. (2022). Siirt İli Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (1-2): 52-73.
- Akış, A. (2011). Turizmin Kentsel Gelişim Üzerine Etkileri: Bir Örnek İnceleme Antalya-Türkiye. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16 (25): 193-206.
- Akturan, U., ve Esen, A. (2008). Fenomenoloji. İçinde; U. Akturan A. Esen (Editörler.) *Nitel Araştırma Yöntemleri*, (83-98). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Albeni, M., ve Ongun, U. (2005). Antalya Turizminin Türk Turizmi İçerisindeki Yeri ve Krizlerin Antalya Turizmi Üzerindeki Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 93-112.
- Alpaslan, C., ve Tutar, F. (2013). Medeniyetlerin Yaşatıldığı Şehir Niğde ve Turizm. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5 (1): 47-61.
- Antalya Valiliği. (2024). Antalya Turizm Aktiviteleri. Antalya Valiliği. <http://antalya.gov.tr/antalya-turizm-aktiviteleri>, Erişim Tarihi: 24.12.2024.
- Antalya Valiliği. (2024). Tarih ve Nüfus Yapısı. Antalya Valiliği. <http://www.antalya.gov.tr/tarih---nufus-yapisi>, Erişim Tarihi: 24.12.2024.
- Aydın, T. (2018). Lakoff ve Johnson'ın Metafor Kuramı Ve Eski Türkçe İle Orta Türkçede Birleşik Fiillerde Yük Metaforu. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (44), 163-181.
- Baştürk, S., Dönmez, G., ve Dicle, A. N. (2013). Geçerlik ve Güvenirlilik. S. Baştürk (Editör), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 161-196. Ankara: Vize Yayıncılık.
- Bayramoğlu, E., ve Demirkır, M. G. (2020). Sürdürülebilir Peyzaj Kavramında Kentsel Altyapı Sistemi: Trabzon Sahil Örneği. *Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Ormancılık Dergisi*, 16 (2): 134-147.
- Bekçi, B., Var, M., ve Taşkan, G. (2013). Bitkilendirme Tasarım Kriterleri Bağlamında Doğal Türlerin Kentsel Boşluk Alanlarında Değerlendirilmesi: Bartın, Türkiye. *Orman Fakültesi Dergisi*, 14 (1): 113-125.
- Bingöl, Z. (2004). Akdeniz Bölgesinin Kültür ve İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8): 125-137.
- Boz, M., ve Eşitti, B. B. (2020). Yerli ve Yabancı Turistlerin Her Şey Dahil Sistemini Tercih Nedenleri ve Memnuniyet Düzeyleri: Antalya Örneği. *Troy Academy*, 6 (1): 208-231.
- Bozkurt, S. G. (2020). Sivas'ın Doğal ve Kültürel Kaynaklarının Ekoturizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. *Turkish Journal of Forest Science*, 4 (2):172-189.
- Büyükşalvarcı, A., ve Eren, M. (2019). Hatay Turizminin Güçlü, Zayıf Yönleri ile Fırsat ve Tehditlerine İlişkin Turizm İşletme Yöneticilerinin Değerlendirmeleri. *The Journal of Social Science*, 3 (5): 350-361.
- Cebecioglu, C. (2006). SWOT Analizi ve Bir İşletme Üzerine Uygulama (*Yüksek Lisans Tezi*). Kocaeli: Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Strateji Bilimi Ana Bilim Dalı
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çağlar, S. (2019). Sivas İlini Turistik Arz Potansiyelinin SWOT Analizi ile Belirlenmesi (*Yüksek Lisans Tezi*). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Çakmakçı, E., ve Öztürk, Ş. (2019). Toplumsal Değişimin Bir Faktörü Olarak Turizm. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (47): 1-17.
- Çeken, H., ve Ateşoğlu, L. (2008). Küreselleşme Sürecinde Turizm Endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 136-151.
- Çelik, K., ve Geçgin, E. (2021). Kars İlini Kültürel Miras Kaynakları ve SWOT Analizi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (23): 295-321.
- Çoban, Ö., Dilek, S. E., ve Harman, S. (2017). Batman İlinde Turizm Gelişiminin Değerlendirilmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (56): 437-455.
- Daştan, H. D. (2023). Destinasyon Planlamasında SWOT Analizi: İzmir Üzerine Sistemik Alanyazın Taraması. *Turizm Akademik Dergisi*, 10(2): 265-284.
- David, F. R., Creek, S. A., ve David, F. R. (2019). What is the Key to Effective SWOT Analysis, Including AQCD Factors. *SAM Advanced Management Journal*, 84 (1): 25-35.
- Deniz, T. (2019). Turizm ve Biyoçeşitlilik. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (3): 323-339.
- Deniz, T., ve Atışman, E. (2017). Kayseri İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Bir SWOT Analizi Çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (3): 56-65.
- Devrim, B. (2006). Strateji Formülasyonu: SWOT Analizi, Kurumsal Karne, Kalite Fonksiyon Yayılımı, Sun Tzu'nun İşletme Yönetimi Stratejilerinin Bütünleştirilmesi Üzerine Bir Çalışma (*Yüksek Lisans Tezi*). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Durgun, A. (2007). Isparta Turizminin SWOT Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (5): 93-109.

- Durman, M. (2015). Bölgesel Gelişmede FÜTZ Analizi Kullanmanın Önemi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (5): 2-17.
- Engin, R. (2022). Türkiye'de Belediyelerin Stratejik Planlarında Yer Alan GZFT Analizlerinin Değerlendirilmesi: Büyükşehir ve İl Belediyelerinde Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Kalite ve Strateji Yönetimi Dergisi*, 2 (2): 97-126.
- Erdem, B., Gülcan, B., ve Chykynov, S. (2015). Konaklama İşletmelerinde Spa ve Wellness Hizmetlerinde Çalışan İşgörenlerin Profili: Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi* (48): 238-257.
- Ersoy, Y., Tehci, A., ve Ersoy, B. (2018). Kırsal Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi: Yozgat İli Örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1): 649-664.
- Eryılmaz, G., ve Orhan, H. C. (2021). Elazığ İli Gastronomi Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3 (2): 1-18.
- Garda, B., ve Karaçor, S. (2016). Yeni Turistik Eğilimler: Antalya İli Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23 (3): 605-622.
- Gök, A., ve Tuna, H. (2013). Turizm Pazarlaması Açısından Malatya İlinin Potansiyelinin Belirlenmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1): 1-11.
- Gökçe F. (2006). Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde Swot (Fütz) Analizi Tekniği: Giresun Örneği (*Yüksek Lisans Tezi*) Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Güdük, T. (2019). Mersin İlinin Spor Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi Yöntemiyle İncelenmesi (*Yüksek Lisans Tezi*). Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Henden Şolt, H. (2018). Kentlerde SWOT Analizi ve Maslow Gereksinim Hiyerarşisi Etkileşimi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5 (5): 214-223.
- <https://www.tureb.org.tr/RehberIstatistik>, Erişim Tarihi: 28.08.2025.
- <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 28.08.2025.
- İçelloğlu, C. Ş. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un SWOT Analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1): 37-55.
- Kapan, K. (2018). Turizm Faaliyetlerinin Şehrsel Gelişmeye Etkileri: Antalya Örneği (*Doktora Tezi*). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Ana Bilim Dalı.
- Kapan, K., ve Timor, A. N. (2018). Turizm Gelişme Modellemeleri Açısından Antalya Şehri. *Türk Coğrafya Dergisi*, (71): 53-61.
- Karaesmen, E., 2010, Antalya Kent Dokusunun Yarım Yüzyıllık Serüveni (Kentsel Yapılaşma ve Altyapılaşmaya Giriş), [www.ekutuphane.imo.org.tr/pdf/11058.pdf](http://www.ekutuphane.imo.org.tr/pdf/11058.pdf), Erişim Tarihi: 11.03.2025.
- Karakaş, A., ve Çenberlitaş, İ. (2014). Diyarbakır İlinin Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi İle Belirlenmesi. *TOURMAN Uluslararası Kongre Bildirisi*, 352-374. Burhaniye, Balıkesir.
- Kaygısız, A. D., Ongun, U., ve Gövdere, B. (2016). Burdur İli Turizm Stratejisinin Belirlenmesi: SWOT-AHP Uygulaması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (1): 157-185.
- Keleş, M. K., Kılıç, Ü., ve Keleş, A. (2018). E-Ticarette Pazar Araştırması ve SWOT Analizi. *El-Cezeri*, 5 (2): 596-604.
- Kervankıran, İ., ve Bulut, E. (2015). Antalya İli Turizminin Gelişimini ve Etkilerini Yerel Halk Nasıl Değerlendirmektedir? *Türk Coğrafya Dergisi*, (65): 35-46.
- Kıyat, G. B. D., ve Topal, M. (2019). Şehir Markası Kavramı; Malatya'nın Markalaşması, *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (2): 371-406.
- Kızılaslan, N., ve Unal, T. (2014). Tokat İlinin Ekoturizm/Kırsal Turizm Potansiyeli ve Swot Analizi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, (9): 45-61.
- Köksal, A. (1994). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Ankara: Gazi Büro Kitabevi.
- Körlü, E. (2020). Kentsel Sit Alanlarında Sürdürülebilir Koruma-Geliştirme İçin Bir Model Önerisi: Adana Tepebağ-Kayalıbağ Mevkii (*Doktora Tezi*). Konya: Konya Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı.
- Köşker, H., ve Özbey, Z. (2022). Zonguldak İli Endüstriyel Miras Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5 (7): 962-977.
- Küçüksüleymanoğlu, R. (2008). Stratejik Planlama Süreci. *Kastamonu Education Journal*, 16 (2): 403-412.
- Lakoff, G. and Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*, Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Mansuroğlu, S., ve Dağ, V. (2021). Kentiçi Ulaşımında Bisiklet Kullanımı ve Bisiklet Yolları Konusunda Kullanıcı Yaklaşımları: Antalya Örneği. *Kent Akademisi*, 14 (1): 90-101.
- Ongun, B. (2013). Turizm ve Sağlık Turizmi (Denizli Örneği) (*Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.

- Ongun, U., Gövdere, B., ve Kaygısız, A. D. (2015). Isparta İli Kırsal Alanlarında Yapılabilecek Kırsal Turizm Türlerinin Kırsal Kalkınmaya Etkisi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5 (1): 122-131.
- Ongun, U., Gövdere, B., ve Çiçek, U. (2016). Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7 (16): 75-88.
- Özan, M. B., Polat, H., Gündüzalp, S., ve Yaraş, Z. (2015). Eğitim Kurumlarında SWOT Analizi. *Turkish Journal of Educational Studies*, 2 (1): 1-28.
- Özbey, K. (2022). Kent, Mekân, Sınır ve Kimlik: Türkiye'de Kentsel Kimliklerin İnşasında Kentsel Sınırların Rolü. *Kent Akademisi Dergisi*, 15 (4): 1959-1974.
- Özcan, K. (2009). Sürdürülebilir Kentsel Korumanın Olabilirliği Üzerine Bir Yaklaşım Önerisi: Konya Tarihi Kent Merkezi Örneği. *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, (26:2): 1-18.
- Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası*, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Özhavzalı, M., ve Yaprak, N. (2019). Kırıkkale İlinin Macera Turizmi Yönünden SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *Atlas Journal*, 5 (17): 122-130.
- Özköse, H., Arı, S., ve Çakır, Ö. (2013). Uzaktan Eğitim Süreci İçin SWOT Analizi. *Middle Eastern ve African Journal of Educational Research*, 5 (41): 42-57.
- Öztekin, E. (2021). Zonguldak İlinin Ekoturizm Potansiyeli ve SWOT Analizi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26 (45): 171-182.
- Öztürk, A. S. (2010). Antalya Körfezi Batısında Kırsal Turizm: Potansiyel ve Geliştirme Stratejisi (*Yüksek Lisans Tezi*). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Ana Bilim Dalı.
- Sabbağ, Ç. (2011). Adıyaman Turizminin Güçlü, Zayıf Yönleri ile Fırsat ve Tehditlerine İlişkin Turizm İşletme Yöneticilerinin Değerlendirmeleri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1): 206-222.
- Sarı, C. (2007). Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları ve Planlaması (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Ana Bilim Dalı.
- Sarı, C. (2010). Alanya İlçesi'nin Alternatif Turizm Kaynakları. *Fırat University Journal of Social Sciences*, 20 (1): 1-28.
- Sarkım, M. (2007). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı.
- Sevimli Deniz, Ö. G., ve Çelik, H. E. (2017). Van Turizminin SWOT Analizi. IWACT'17, International West Asia Congress of Tourism, (486-491). Van, Turkey.
- Singh, N., Kosi-Katarmal, A. (2009). SWOT Analysis—A Useful Tool For Community Vision. *Researcher*, 1, 25-27.
- Şahin, K., ve Yılmaz, A. (2009). Samsun İlinde Doğal Kaynaklara Dayalı Turizm Arzı ve Planlanması. *Journal of International Social Research*, 2 (7): 218-231.
- Taş, B. (2011). Tarım Alanlarının Planlaması Sürecinde SWOT Analizi Kullanımına Bir Örnek: Sandıklı İlçesi. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 9 (2): 189-208.
- Temiz, M., Sağlık, A., Sağlık, E., ve Kelkit, A. ve Bayrak, M. İ. (2019). Kent Turizminin Marka Kent Oluşumundaki Etkisi: Çanakkale Kent Turizminin SWOT Analizi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 257-273.
- Türkay, O., ve Saraç, Ö. (2019). Altyapı, Üstyapı ve Çevre Sorunlarının Turist Şikâyetleri Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerel Yönetimlerin Çözüm Potansiyeli: Antalya Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10: 98-110.
- Uçar, D., ve Doğru, A.Ö. (2005). CBS Projelerinin Stratejik Planlaması ve SWOT Analizinin Yeri. MMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası 10. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, 28 Mart - 1 Nisan 2005, Ankara.
- Ülgen, H., ve Mirze, K. (2007). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, Arıkan Basım Yayınları, İstanbul.
- Vural, H., Meral, A., ve Doğan, S. Ş. (2019). Üniversite Kampüs Peyzaj Planlaması Üzerine Kullanıcı Değerlendirmesi: Bingöl Üniversitesi Örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 6 (1):106-117.
- Yalçın, H. (2022). Bir Araştırma Deseni Olarak Fenomenoloji. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (2):213-232.
- Yay, Ö. (2017). Kemer'in Alternatif Turizm Potansiyeli. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (52): 1446-1456.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zencir, B. (2022). Afyonkarahisar İli Gastronomi Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Mesleki Eğitim ve Uygulama Dergisi*, 1 (2):13-36.
- Zotic, V., Alexandru, D. E., ve Dezsi, Ş. (2014). Postmodernizmde Turizm Tartışması ve Ötesinde. *Belgrad Uluslararası Turizm Konferansı: 2. Bildiriler Kitabı*, 79-98. Belgrad, Sırbistan.