



BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

**T.C.
BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**BURDUR İLİ ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ VE YEREL
HALKIN TURİZM ALGISI**

Fatih ÖZDAŞLI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Utku ONGUN**

BURDUR – 2021

**T.C.
BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**BURDUR İLİ ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ VE YEREL
HALKIN TURİZM ALGISI**

Fatih ÖZDAŞLI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN: Dr. Öğr. Üyesi Utku ONGUN
Üye: Doç. Dr. Olcay KİLİNÇ
Üye: Doç. Dr. Murad Alpaslan KASALAK**

BURDUR – 2021

T.C.
BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ETİK BEYAN

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'ne göre hazırlamış olduğum “Burdur ili alternatif turizm potansiyeli ve yerel halkın turizm algısı” adlı tezin hazırlanması sürecinde akademik ve etik kuralları ihlal etmediğimi, tezimin özgün olduğunu, başvurduğum kaynakları metin içinde, dipnotlarda ve kaynakçada eksiksiz ve bilimsel kurallara uygun olarak gösterdiğimi taahhüt ederim.

Fatih ÖZDAŞLI

Tarih ve İmza
06/07/2021

ÖNSÖZ

Turizmde alternatif turizm her geçen gün önemini artırmaktadır. Turizm cenneti olan ülkemiz alternatif turizm kaynaklarını daha iyi ve etkin bir şekilde kullanırsa turizmde dünya standartlarına ve hatta üzerine yükselebilir. Sektörde meydana gelen değişimler, yeni akımlar ve yeni arayışlar alternatif turizmin popülerliğini yükseltmektedir. Turizmde alternatif turizmi kullanmak, ülkemizin turizm başarısını, kalitesini ve donanımını zenginleştirir.

Yüksek lisans süreci boyunca değerli bilgilerini benimle paylaşan, tez çalışmamın planlanmasında, araştırılmasında, yürütülmesinde tecrübelerinden yararlandığım, sayın hocam Dr. Öğr. Üyesi Utku ONGUN'a ve savunma esnasında yaptıkları değerli katkılardan dolayı Doç. Dr. Olcay KİLİNÇ ve Doç. Dr. Murad Alpaslan KASALAK'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Fatih ÖZDAŞLI

ÖZET

Turizm sürekli değişen bir sektör olma özelliğini taşımaktadır. Bu nedenle insanlar artık değişen sektörde yeni akımlar ve arayışların içerisine girmişlerdir. Böylelikle bireyler alternatif turizm türlerine yönelmiş ve alternatif turizm türleri gelişmeye başlamıştır. Doğal güzellikler, tarihi dokular, yeni kültürler vb. insanların yeni çekim unsuru olma özelliğini taşımaktadır Bir bölgede turizmin ve alternatif turizme konu olan potansiyellerin hızlı gelişimi ve sürekliliği için yerel halk ve yerel halkın turizm algısı önemli etkenlerdendir. Son dönemde yerel halkların yörelerindeki turizm ile ilgili algılarını ortaya çıkaran çalışmalar artmaktadır. Genellikle ortaya çıkan sonuçlar, yerel halkın bölge turizminde ve turistlerin memnuniyeti üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada Burdur'un genel özellikleri, mevcut turizm potansiyeli ve alternatif turizm kaynakları incelenmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak toplamda 450 kişi üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Burdur halkının turizm algısı ölçülmüştür. Bulgular, tamamlayıcı istatistik bulgular ve algı farklılıklarını ortaya çıkaran bulgular olmak üzere iki başlık altında toplanmıştır. Burdur halkının turizme karşı olumlu bir tutuma sahip olduğu görülmüştür. Turizm ile birlikte ekonominin ve kültürün gelişeceğine, insanların birbiri ile kaynaşmasının artacağına, kültürel ve tarihi değerlerin korunacağına inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Algı, alternatif turizm, yerel halk, Burdur.

ABSTRACT

Tourism is a constantly changing sector. For this reason, people have entered into new trends and searches in the changing sector. Thus, individuals turned to alternative tourism types and alternative tourism types started to develop. Natural beauties, historical textures, new cultures and so on. It has the characteristic of being the new attraction of people. Local people and the perception of tourism of the local people are important factors for the rapid development and continuity of tourism and potentials subject to alternative tourism in a region. Recently, there has been an increasing number of studies that reveal the perceptions of local people about tourism in their region. Generally, the results show that the local people have an impact on the tourism of the region and the satisfaction of the tourists.

In this study, the general characteristics of Burdur, its current tourism potential and alternative tourism resources have been examined. The survey method was chosen as the data collection method in the study. A survey was conducted on 450 people in total using the convenience sampling method. Tourism perception of Burdur people has been measured. Findings are grouped under two headings as basic statistical findings and findings revealing attitude differences. It has been observed that the people of Burdur have a positive attitude towards tourism. It is believed that together with tourism, economy and culture will develop, people will be more integrated with each other, cultural and historical values will be protected.

Key Words: Perception, alternative tourism, rural people, Burdur.

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN.....	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	viii
TABLolar DİZİNİ	ix
HARİTALAR DİZİNİ	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM BURDUR İLİ VE ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ

1.1. Coğrafi Konumu.....	5
1.2. Coğrafi Yapısı	6
1.2.1. Dağları.....	7
1.2.2. Gölleri	8
1.2.3. Akarsuları ve Yeraltı Suları	8
1.2.4. Ovaları.....	9
1.2.5. Jeolojik Yapısı.....	9
1.3. İklimi	10
1.4. Bitki Örtüsü.....	10
1.5. Alternatif Turizm	11
1.5.1. Alternatif Turizm Kavramı	11
1.5.2. Alternatif Turizmin Gelişimi	12
1.5.3. Alternatif Turizmin Yararları.....	15
1.5.4. Burdur’da Alternatif Turizm.....	16
1.5.4.1. Burdur’da Kültür Turizmi ve Tarihi Değerler	16
1.5.4.2. Burdur El Sanatları Turizmi.....	24
1.5.4.3. Burdur İli Gelenek-Görenekler ve Folklorik Değerler.....	24
1.5.4.4. Burdur’da Eko Turizm	25
1.5.4.5. Burdur’da Tarım ve Çiftlik Turizmi	26
1.5.4.6. Burdur’da Yayla Turizmi.....	28
1.5.4.7. Burdur’da Kamp ve Karavan Turizmi	29
1.5.4.8. Burdur’da Kuş Gözlemciliği Turizmi	30
1.5.4.9. Burdur’da Mağara Turizmi	31
1.5.4.10. Burdur’da Kırsal Turizm.....	32
1.5.4.11. Burdur’da Kış Turizmi.....	34
1.5.4.12. Burdur’da Gastronomi Turizmi.....	35
1.5.4.13. Burdur’da Gençlik Turizmi.....	38
1.5.4.14. Burdur’da Göl Turizmi	39
1.5.4.15. Burdur’da Yaban Hayatı Gözlemciliği Turizmi	42

İKİNCİ BÖLÜM ALGI KAVRAMI

2.1. Algı Kavramı.....	44
2.2. Algılama Süreci.....	45
2.3. Algı Yöntemi.....	49
2.3.1. Algı Yönetimi Kavramı	50
2.3.2. Algı Yönetiminin Tarihsel Gelişimi	50
2.3.3. Algı Yönetiminde Süreçler	52
2.4. Yerel Halkın Turizm Algısı	53
2.5. Yerel Halk – Turist İlişkisi.....	55
2.6. Yerel Halkın Turizmdeki Önemi	56
2.7. Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı	58
2.8. İlgili Çalışmalar.....	60

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR

3.1. Araştırmanın Amacı	65
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	66
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	67
3.4. Araştırmanın Bulguları.....	68
3.4.1. Tamamlayıcı İstatistikî Bulgular.....	68
3.4.2. İlişki Testlerine Yönelik Bulgular.....	76
3.4.3. Katılımcıların Burdur’da Turizmin Gelişimine Yönelik Önerileri ile İlgili Bulgular.....	100
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	103
KAYNAKÇA.....	113
EKLER.....	126
EK-1. ARAŞTIRMADA KULLANILAN ANKET	127
EK-2. Kİ KARE TESTİ TABLO DEĞERLERİ.....	131
ÖZGEÇMİŞ	137

KISALTMALAR

TATUTA : Tarım/Turizm/Takas

WTO : World Tourism Organization (Dünya Turizm Örgütü)

Sig : P Değeri (Ki Kare Testi P Değeri)



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1: Algılama Süreci	46
Tablo 2: Algılama Süreci	47
Tablo 3: Konu İle İlgili Yazın Çalışmaları	60
Tablo 4: Hata Payına Göre Alınabilecek Örneklem	66
Tablo 5: Katılımcıların Cinsiyet ve Yaş Dağılımı	68
Tablo 6: Katılımcıların Öğrenim Düzeyi ve Medeni Durumu	69
Tablo 7: Katılımcıların Meslek ve Aylık Gelir Dağılımı	69
Tablo 8: Katılımcıların Aile Gelirini Değerlendirme Şekli	70
Tablo 9: Katılımcıların Yabancı Dil Bilme Durumu	70
Tablo 10: Katılımcıların Turizme Bakışına Göre Dağılımı	71
Tablo 11: Katılımcıların Tatile Gitme Durumuna Göre Dağılımı	71
Tablo 12: Katılımcıların Tatillerini Geçirdikleri Yerlere Göre Dağılımı	71
Tablo 13: Katılımcıların Burdur'un Mevcut Turizm İmkanlarıyla İlgili Düşünceleri Açısından Dağılımı	72
Tablo 14: Katılımcıların Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Bakışı Açısından Dağılımı	72
Tablo 15: Katılımcıların Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Düşüncelerinin Dağılımı	73
Tablo 16: Katılımcıların Burdur'un Turizmde Rekabet Avantajı İle İlgili Görüşlerine Göre Dağılımı	73
Tablo 17: Katılımcıların Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Düşüncelerine Göre Dağılımı	74
Tablo 18: Katılımcıların Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Düşüncelerine Göre Dağılımı	74
Tablo 19: Katılımcıların Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Düşüncelerine Göre Dağılımı	75
Tablo 20: Katılımcıların Burdur'a Gelen Turistlerle İletişim Türüne Göre Dağılımı ...	75
Tablo 21: Katılımcıların Burdur'un Turist Kimliği İle İlgili Görüşlerine Göre Dağılımı	76
Tablo 22: Katılımcıların Burdur Turizminin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Görüşlerine Göre Dağılımları	76

Tablo 23: Kadın ve Erkekler Arasında Genel Olarak Turizmle İlgili Algı Farklılığı.....	77
Tablo 24: Yaş Grupları Arasında Genel Olarak Turizmle İlgili Algı Farklılığı	77
Tablo 25: Eğitim Düzeyleri Arasında Genel Olarak Turizmle İlgili Algı Farklılığı	77
Tablo 26: Gelir Düzeyleri Arasında Genel Olarak Turizmle İlgili Algı Farklılığı	78
Tablo 27: Kadın ve Erkek Arasında Tatile Gitme Alışkanlığı İle İlgili Farklılıklar.....	78
Tablo 28: Yaş Grupları Arasında Tatile Gitme Alışkanlığı İle İlgili Farklılıklar	78
Tablo 29: Eğitim Düzeyleri Arasında Tatile Gitme Alışkanlığı İle İlgili Farklılıklar ...	79
Tablo 30: Gelir Düzeyleri Arasında Tatile Gitme Alışkanlığı İle İlgili Farklılıklar	79
Tablo 31: Kadın ve Erkekler Arasında Burdur'un Turizm İmkanları İle İlgili Algı Farklılıkları	79
Tablo 32: Yaş Grupları Arasında Burdur'un Turizm İmkanları İle İlgili Algı Farklılıkları	80
Tablo 33: Eğitim Düzeyleri Arasında Burdur'un Turizm İmkanları İle İlgili Algı Farklılıkları	80
Tablo 34: Gelir Düzeyleri Arasında Burdur'un Turizm İmkanları İle İlgili Algı Farklılıkları	81
Tablo 35: Kadın ve Erkekler Arasında Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Yönelik Algı Farklılıkları	81
Tablo 36: Yaş Grupları Arasında Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Yönelik Algı Farklılıkları	82
Tablo 37: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Yönelik Algı Farklılıkları	82
Tablo 38: Gelir Düzeyleri Arasında Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Yönelik Algı Farklılıkları	83
Tablo 39: Kadın ve Erkekler Arasında Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	83
Tablo 40: Yaş Grupları Arasında Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Algı Farklılıkları	84
Tablo 41: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Algı Farklılıkları	85
Tablo 42: Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Algı Farklılıkları	86

Tablo 43: Erkek ve Kadınlar Arasında Burdur'un Turizmde Rekabet Avantajları İle İlgili Algı Farklılıkları.....	86
Tablo 44: Yaş Grupları Arasında Burdur'un Turizmde Rekabet Avantajları İle İlgili Algı Farklılıkları.....	87
Tablo 45: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizmde Rekabet Avantajları İle İlgili Algı Farklılıkları.....	87
Tablo 46: Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizmde Rekabet Avantajları İle İlgili Algı Farklılıkları.....	88
Tablo 47: Erkek ve Kadınlar Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	88
Tablo 48: Yaş Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	89
Tablo 49: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	89
Tablo 50: Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	90
Tablo 51: Kadın ve Erkekler Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	90
Tablo 52: Yaş Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	91
Tablo 53: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	91
Tablo 54: Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	92
Tablo 55: Kadın ve Erkekler Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	92
Tablo 56: Yaş Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	93
Tablo 57: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	93
Tablo 58: Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları.....	94

Tablo 59: Kadın ve Erkekler Arasında Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Düzeyi Bakımından Farklılıklar	94
Tablo 60: Yaş Grupları Arasında Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Düzeyi Bakımından Farklılıklar	94
Tablo 61: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Düzeyi Bakımından Farklılıklar	95
Tablo 62: Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Düzeyi Bakımından Farklılıklar	95
Tablo 63: Kadın ve Erkekler Arasında Burdur’un Turist Profili İle İlgili Düşünceler Açısından Farklılıklar	96
Tablo 64: Yaş Grupları Arasında Burdur’un Turist Profili İle İlgili Düşünceler Açısından Farklılıklar	96
Tablo 65: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’un Turist Profili İle İlgili Düşünceler Açısından Farklılıklar	96
Tablo 66: Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’un Turist Profili İle İlgili Düşünceler Açısından Farklılıklar	97
Tablo 67: Kadın ve Erkekler Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Düşünce Farklılıkları	97
Tablo 68: Yaş Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Düşünce Farklılıkları	98
Tablo 69: Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Düşünce Farklılıkları	99
Tablo 70: Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Düşünce Farklılıkları	99

HARİTALAR DİZİNİ

Harita 1: Burdur İl Haritası.....	5
--	---



GİRİŞ

Birçok ülke açısından turizm ekonomik açıdan dikkat çeken hale gelmiştir, insanların ihtiyaçları, istekleri vb. gibi etkiler turizmi sürekli olarak değişime itmektedir. İnsanların klasik 3s deniz-kum-güneş üçlüsünden sıkılmaya başlamaları, yeni arayışlar içine girmeleri ve kitle turizminin olumsuz yönlerinden sonra, istek ve ihtiyaçlara dayalı olarak gelişen eko turizm, yumuşak turizm gibi isimlerle de adlandırılan alternatif turizm arayışları hızlanmıştır. Alternatif turizm sadece kıyı şeritlerini değil bunun yanında ülke genelinde yerel halkın önceliğini de ele almış ve turizm endüstrisinden doğan gelirleri bu şekilde dağıtmayı amaçlamıştır. Aynı zamanda kitle turizmden doğan olumsuz etkileri de azalmayı da hedeflemiştir. Geleneksel turizm anlayışına yeni bir ivme kazandırarak turizm sektörünü 12 aya yayma düşüncesi alternatif turizmin hızlıca ortaya çıkmasında ve gelişmesinde önemli etken olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte alternatif turizm, turizme kaynaklık edecek potansiyelleri ortaya çıkarmış, bölge halkına ve ülke ekonomisine de önemli getiriler sağlamıştır.

Turizm sektörü sürekli bir gelişim içerisinde olarak, bölge ve ülke ekonomilerine katkı yapmaktadır. Turizm gelişimi ve sürekliliği için turizm planlamaları yapılması gerekmektedir. Turizmin olumlu etkilerinin artırılıp, olumsuz etkilerinin en aza indirgenmesi ancak yapılan planlamalar ile olabilir. Uygulanacak olan planlamalara yerel halkın katılımının sağlanması oldukça önem taşımaktadır. Yerel halkın turizme katılması ve turizmin gelişimine katkı vermesi, turizmden elde edilecek faydayı da etkilemektedir. Turizmden elde edilecek olan faydanın yüksek olması için, yerel halkın bu konuda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Konu ile ilgili pek çok araştırma bulunmaktadır. Yapılan araştırmaların verilerine göre, turizmin bir bölgede gelişim göstermesinin en önemli etkenleri arasında yerel halk rol oynamaktadır. Bu kapsamda yerel halk ve turizm ikilisin birbirinden ayırmak mümkün değildir.

Turizmin bölgesel gelişiminde yerel halkın turizm algısı, turizme yaklaşımı ve turizme bakış açıları oldukça etkilidir. Yerel halkın turizm algısı aynı zamanda destinasyonların gelişimi içinde ciddi önem arz etmektedir. Yerel halkın olumsuz algılara sahip olduğu ve turizm hareketlerine katkı vermediği bir bölgede turizm destinasyonlarının gelişimi söz konusu olmayacaktır. Çünkü yerel halkın turizme karşı

olan olumsuz algıları, bölgeye gelen turistlere karşı da olumsuz algılar yaratacaktır. Yerel halkın turizme karşı olan bu olumsuz algıları, bölgeye gelen turistlerin bir daha buraya gelip gelmeyeceğini veya başka kişilere bölge için olumlu tavsiyelerde bulunup bulunmayacağını da etkilemektedir.

Yapılan pek çok çalışmada da yerel halkın turizme olan etkisi ve algısının birçok unsur tarafından etkilendiği bilinmektedir. Bunlardan bazıları istihdam, yerel halkın turizmden beklentisi ve bölgedeki turizm tesislerinin gelişmişliği olarak sayılabilir. Turizmin kattığı yararlar ve zararlar topluma eşit halde dağıtılmalıdır, aksi takdirde yerel halk olumsuz algılara sahip olacaktır. Bunu bir örnekle destekleyecek olursak; Turizm tesislerine sahip olan kişiler turizm faaliyetlerinden daha fazla yarar sağlarken, bölge halkı oluşan gürültüden, kalabalıktan, çevre kirliliğinden ve oluşan sosyal yozlaşmadan dolayı memnun olmayabilir. Böylelikle turizm tesislerine sahip olan kişiler turizmden direkt olarak fayda sağladığı için olumlu, yerel halk ise olumsuz görüşlere sahip olmaktadır. Öyle ki yerel halkın olumsuz algılarından koparılması ve olumlu tavırlar sergilemesi turizmin bölgesel gelişiminde etkin rol oynayacaktır. Yerel halk ve turizm ilişkisi birbirinden ayrılmayacağı için, eğer bölgede turizme karşı olumlu olmayan algılar var ise bunun sebepleri incelenmeli ve buna neden olan etkenler ne derecede azaltılabilir araştırılmalıdır. Böylelikle yerel halka turizmin olumlu etkileri anlatılabilir ve yerel halkın turizme ve turistlere yönelik tavırlarının olumlu bir hal alması sağlanabilir. Bu kapsamda mevcut literatüre fayda katması için bu araştırma, Burdur yerel halkının turizmin gelişimi hakkında ve mevcut turizm potansiyeli hakkında ne düşündüğünü belirlemek için yapılmıştır.

Araştırmanın en önemli konuları arasında Burdur ilinin turizm varlıkları ve yerel halkın turizmin bölgedeki gelişimi için ne düşündüğü gelmektedir. Burdur ili gerek coğrafi konumu gerek zengin doğal, kültürel ve tarihi kaynakları ile zengin turizm kaynaklarına sahip bir ildir. Yayla turizmi, göl turizmi, kırsal turizm, kültür turizmi ve mağara turizmi gibi turizm türleri Burdur ilinin turizm çeşitliliğini artırmaktadır. Katılımcılara yapılan anket verilerine göre; Burdur halkı turizme karşı olumlu algılara sahiptir. Yerel halk turizme çevreyi kirleten ve tarihi tahrip eden olumsuz bir olay olarak bakmamaktadır. Bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte çevresel düzenlemelerin artıracığına, kültürün geliştireceğine ve ekonomik olarak bölgeye katkı sunacağını beklemektedirler. Turizmle birlikte istihdamın artacağına, yeni iş olanaklarının

gelişeceğine ve şehrin kalkınacağına inanmaktadırlar. Aynı zamanda yerel halka göre sakin ve güvenilir bir ortama sahip olan Burdur ilinin konumunun, Antalya ve Denizli gibi turizm beldelerinin kesiştiği noktada olması şehri turizm yönünden avantajlı hale getirmektedir.

Burdur turizminin gelişimini etkileyen avantajlar kadar dezavantajlarda mevcuttur. Burdur halkı bölgedeki turizmi yeteri kadar çekici bulmamaktadır. Araştırmanın verileri şehirde alt yapı ve üst yapı problemlerinin olduğunu, turizm yatırımlarının yetersiz olduğunu ve yerel halkın turizm konusunda yeteri kadar bilinçli olmadığını göstermektedir. Burdur ilinin mevcut turizm potansiyeli korunmalı fakat yenileme ve restore etme çalışmaları hızlandırılmalıdır. Bu esnada alternatif turizme kaynak olabilecek yerler turizme kazandırılmalıdır. Bölgedeki turizmin gelişmesi için yeterli reklam çalışmalarının olmadığını ve yerel halkın turizm faaliyetlerinde daha etkili olması gerektiğini savunmaktadırlar.

Bu kapsamlarda araştırma Burdur ilini kapsamaktadır ve Burdur turizminin gelişim gösterebilmesi için uygulanmıştır. Araştırma toplamda 3 bölümden oluşmaktadır.

Araştırmanın 1. bölümünde Burdur ilinin coğrafi konumu, coğrafi yapısı, dağları, gölleri, kısacası Burdur ilinin genel özellikleri açıklanmış, alternatif turizm kavramı, yararları, çeşitleri ve Burdur ilinin alternatif turizm potansiyeli ele alınarak incelenmiştir. Burdur coğrafyası, içerisinde zengin doğal, tarihi, kültürel kaynakları barındırmaktadır. Araştırmanın 1. bölümünde ki amaçlardan biri de Teke yöresinin önemli illerinden olan Burdur ilinin turizm potansiyelini belirlemektir. Bu potansiyeli değerlendirmek, bölgede ki mevcut turizm potansiyelini görmek, var olan potansiyelin dışında Burdur ili ve çevresinde hangi alternatif turizm potansiyellerinin olduğunu tespit ederek, ilde ki turizmin gelişimine yardımcı olmaktır.

Araştırmanın 2. Bölümünde algı, algılama süreci, algı yönetimi gibi kavramların üzerinde durulmuş ve açıklanmıştır. Yerel halk, turist kavramları açıklanarak, yerel halkın turizmdeki önemi, turizme bakış açısı, yerel halk ve turist ilişkileri, yerel halkın turizm algısı konuları ele alınmıştır.

Araştırmanın 3. bölümünde yerel halka yapılan anketlerle birlikte yerel halkın turizm hakkında ne düşündüğünü turizmi nasıl algıladıkları, Burdur ilinde var olan turizmin avantajları ve dezavantajları, turizmin tarihi, ekonomik, doğal güzelliklere

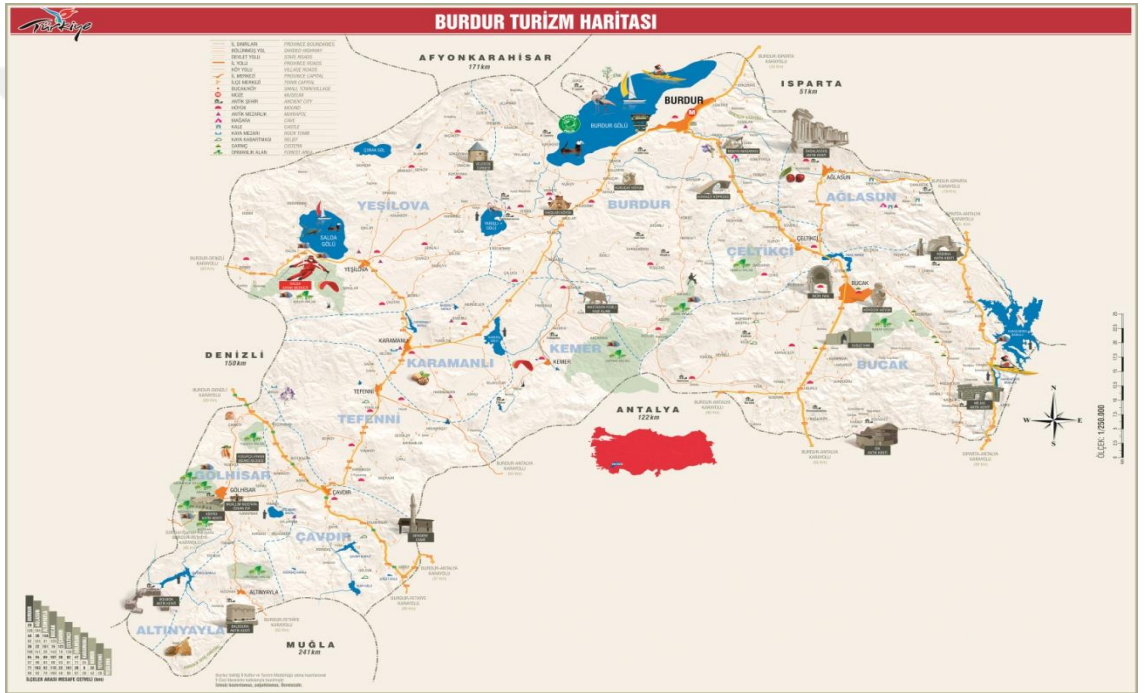
etkileri, yerel halkın turizmle olan ilişkisi gibi konular ele alınmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak toplamda 450 kişi üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Analiz yöntemi olarak iki temel istatistiki yöntem kullanılmıştır. Birincisi, her bir soru için frekans ve yüzde dağılımlarını gösteren temel istatistiki analizlerdir. İkincisi ise araştırmaya katılan gruplar arasında (örneğin; cinsiyet grupları, gelir grupları vs.) Burdur turizmi ile ilgili algılama farklılığını ölçen Ki Kare testi bulgularıdır. Böylelikle Burdur ilinin mevcut turizm durumu ve gelişimi hakkındaki verilere ulaşılacak amaçlanmıştır. Böylece ortaya çıkan bulgularla birlikte yerel halkın turizm olayı hakkındaki algıları tespit edilmiştir. Sonuç kısmı değerlendirilerek, Burdur turizminin gelecekte yapılacak turizm planlamalarına katkı sağlamak amaçlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BURDUR İLİ VE ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ

1.1. Coğrafi Konumu

Burdur ili, Akdeniz Bölgesinin iç yerleşkesinde ve diğer bölgelerin de geçiş alanında bulunmaktadır. 29-24 ve 30-53 doğu boylamları, 36-53 ile 37-50 kuzey enlemleri arasında ki bölgeyi kapsamaktadır (Ongun vd., 2015: 105).



**Harita 1. Burdur İl Haritası. (Kaynakça:
<https://burdur.ktb.gov.tr/Resim/154022,haritailbaskibos.png?0>)**

Burdur ili tarihi devirler boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır, Cumhuriyet dönemin de ise Merkez ve Tefenni ilçelerinin birleşmesiyle bir il haline getirilmiştir. Burdur ilinin günümüzde 7.175 km² yüzölçümü vardır. Burdur ili ile sınırı bulunan komşu iller ise, kuzey de Afyon, kuzeydoğudan Isparta, güneyden Antalya, batıdan Denizli, güneybatıdan Muğla olarak sıralayabiliriz (Solmaz, 2014: 92).

Burdur ili aynı zamanda “Göller Bölgesi” denilen bölgenin içerisinde bulunmaktadır. Akdeniz bölgesinin kıyı tarafı ile İç Anadolu bölgesinin iç taraflarını birbirine bağlamaktadır. İklimi ve doğal yapısı ile de bir geçit durumunda olan Burdur ili,

Batı Akdeniz, Ege ve Orta Anadolu bölgelerini birbirine bağlar. Kültürü, sosyal yaşantısı ve ekonomisinin dışında turizmiyle de önemli bir alanı kaplamaktadır (Ongun vd., 2015: 112).

Burdur ilinde toplam 10 ilçe vardır. Bunlar; Ağlasun, Bucak, Çeltikçi, Altınyayla, Çavdır, Karamanlı, Gölhisar, Tefenni, Kemer, Yeşilova olarak sıralanabilir. En büyük ilçe olarak merkez ilçenin ardından Bucak ilçesi gelmektedir. İlçelerin Merkez ilçeye olan uzaklıkları Ağlasun 32 km, Bucak 45 km, Çeltikçi 32 km, Altınyayla 118 km, Çavdır 90 km, Karamanlı 60 km, Gölhisar 107 km, Tefenni 70 km, Yeşilova 60 km'dir (Kaya ve Aşıkkutlu, 2019: 13).

Ağlasun İlçesi Burdur ilinin güneydoğu kısmında kalmaktadır. Kuzeydoğu tarafında Göller Bölgesinin önemli şehirlerden olan Isparta ili, güney kısmını ise ikinci büyük ilçesi olarak bilinen Bucak ilçesi oluşturur. Burdur ilinin ilçe merkezinin rakımı 1250 m rakımındadır ve ilçe merkezinden uzanan yollar ile Fethiye-Denizli kara yollarına ulaşılabilir. Bucak ilçesinin konumu Antalya-Burdur karayollarının üzerinde bulunmaktadır. İlçe merkezinin rakımı 850 m ve 1200 m yüksekliğe sahiptir. Çavdır ilçesinin yüzölçümü 485.650'dir. Konum olarak Antalya – Burdur – Denizli – Fethiye yollarının kesişim noktalarındadır. Çeltikçi ilçesi Antalya-Burdur kara yolları üzerinde Burdur iline 32 km uzaklıkta olup ilin güney doğu bölgesinde yer almaktadır. Gölhisar ilçesi Akdeniz Bölgesinin son uzantısı konumundadır ve Burdur ilinin güneybatı kısmında yer almaktadır. Toplam yüz ölçümü ise 57.582 olup yüksekliği 945 m'dir. Karamanlı, tarım arazileri ile ekonomisine katkı sağlamaktadır, son yıllarda ise sanayi ve mermer ocakları ile ekonomisini geliştirmeye devam etmektedir. Kemer, ilçe arazilerinin bir kesimi dağlık diğer kesimi ise oavadan oluşmaktadır. İlçenin yüzölçümü 350-400 km² civarındadır. Tefenni, ilçenin yüksekliği 142 m'dir. Yayla iklimi ilçenin genelinde görülmektedir. Yeşilova, Göller Bölgesi'nde yer almaktadır. Konumu bakımından İl merkezinin batısında yer alır. Rakımı 1200 m olup yüzölçümü ise 1352 km² olarak bilinmektedir (Kaya ve Aşıkkutlu, 2019: 13).

1.2. Coğrafi Yapısı

Burdur ili, dalgalı bir plato görünümüne sahiptir. Aynı zamanda Toroslar'ın arka bölümündeki tektonik ve karstik çöküntü alanlarında yer almaktadır. İl arazisinin yaklaşık

% 60'ı dağlık iken % 2,7'si yayla, % 19'u ova ve % 17,6'sı ise engebeli bir yapıya sahiptir. İlde bölge yapısı itibariyle çok fazla göl ve akarsu bulunmaktadır. Yüzey şekillerini ili çevreleyen dağların arasındaki ovalar, göller ve göllere dökülen akarsular ve göllerden beslenen havzalardan oluşmaktadır. İlin güney ve güney doğu kesiminde oldukça yüksek ovalar yer almaktadır. Güney batı kesimindeki arazisi ise daha yumuşak yapıya sahiptir. İlin tabanı ise verimli ovalarla çevrilmiş bir yayla görünümündedir (Güven, 2000: 4-5).

Burdur ilinin coğrafi yapısı içerisinde toplamda 236.200 hektar tarım arazisi bulunmaktadır. Tarım arazisinin tüm arazi içindeki payı %34.29'dur. Tarım uğraşına elverişli olmasına rağmen kullanılmayan tarım arazisi ise 49.247,6 hektar olup toplam tarım alanı içindeki payı %20,8'dir (Akcüre, 2006: 89). Burdur ilinde en fazla 2.sınıf tarım arazisi (%36,50) bulunmaktadır. Bunu 1. sınıf (%21.40) ve 3.sınıf (%21.20) tarım arazileri takip etmektedir. Ayrıca, Burdur ilinde 6. ve 8. sınıf tarım arazisi bulunmamaktadır (Kaya ve Aşıkkutlu, 2019: 24). Burdur Batı Akdeniz Bölgesi (BAB) 'nde önemli bir yerleşim yeri merkezi olmasına rağmen sanayileşme sürecinde ivmesini yeterince alamadığı için ekonomisi tarıma dayalı il olarak kalmıştır (Doğan ve Yıldız, 2007: 158).

1.2.1. Dağları

Burdur Torosların iç kısmında yer aldığı için dalgalı plato yapısına sahiptir. Dalgalı görünümü oluşturan ana hat birbirine paralel uzanan dağlar, dağların arasındaki yüksek platolar ve bir kısmı göllerle kaplanmış olan tektonik çukurlardır. Burdur oldukça karmaşık bir dağ yapısına sahiptir (Can, 2008: 18).

Burdur ilinde Söğüt, Acıgöl, Akdağ, Kestel, Katrancı, Rahat, Koçaş, Boncuk, Elmalı, Beydağları, Kuyucak, Dedegöl, Karakuş ve Eşeler Dağları bulunmaktadır. Batı Torosların uzantısı olan dağlar bölgeye engebeli bir yapı kazandırmaktadır. Katrancı Dağının en yüksek tepeleri tamamen çam ve ardıç ormanlarıyla kaplıdır. Karınca Beli Toroslarda bulunan Koçar Dağı'nın güney sahilinde bulunur. Ağlasun ilçesinin kuzey doğu tarafında bulunan Akdağ'da bölgenin önemli tarihi kentlerinden biri olan Sagalassus antik kenti bulunmaktadır. Burdur ili ile Denizli ili sınırları arasında bulunan Eşeler Dağı üzerinde ise zengin krom madenleri çıkarılmaktadır (Akcüre, 2006: 25).

1.2.2. Gölleri

Burdur 14 göl ile Göller Bölgesi'nde göl bakımından en zengin il konumundadır. Burdur da irili ufaklı olmak üzere Salda, Karataş, Yarışlı, Gölhisar, Mamak, Yazır (Gölcük), Pınarbaşı (Egnes), Karaevli, Bereket, Gençali, Söğüt, Kestel, Ambahan gölleri bulunmaktadır (Kaya ve Aşıkkutlu, 2019: 20-21).

Türkiye'nin en büyük gölleri arasında Burdur Gölü bulunmaktadır. Gölün uzunluğu 34 km olup güneybatı-kuzeydoğu yönünde uzanmaktadır. Yüzölçümü 180 km² iken en derin yeri ise 110 metredir. Tuzluluk oranı yoğun olduğu için gölde balık yaşayamamakta ancak gölde 1955 yılında yılan balığı, 1979 yılında ise Van Gölü'nden getirilen balıkların üretilmesine uğraşılmıştır. Aynı zamanda göl dik kuyruk adı verilen ördek çeşidinin Avrupa ve Yakındoğu'daki en büyük kışlak merkezidir. Salda Gölü, Yeşilova ilçesine 4 km. mesafededir ve göl tektonik yapıya sahiptir. Salda gölünün denizden yüksekliği 1193 m. ve 125 km²'lik bir alanı kapsar. Göl 185 metre ile Türkiye'nin en derin gölleri arasında yerini almaktadır. Karataş (Bahçeözü) Gölünden DSI'nin kontrolünde sulama amaçlı faydalanılmaktadır. Karaevliler Gölü konum olarak Beşkavak tepeleri ve Pilav tepesi arasında yer almaktadır. 1.200 dekarlık alanı kaplayan göl, Kuzköy ve Tekke köylerinin su ihtiyacını karşılayan bir nevi su deposu niteliğindedir. Gölhisar Gölü adını bulunduğu ilçeden almış ve o ovada oluşmuştur. En derin yeri 10 metredir ve göl suyu Dalaman Çayına akıtılarak kontrol altında tutulmaya çalışılmaktadır. Yarışlı Gölü Yeşilova ilçesinde 2.000 dekarlık bir alanı kaplamaktadır ancak göl kurumaya yüz tutmuştur (Güven, 2000: 7-8).

1.2.3. Akarsuları ve Yeraltı Suları

Burdur göller ve bu gölleri besleyen akarsular bakımından farklı özellikleri bünyesinde barındırır. Burdur'da büyük nehirler, ırmaklar yoktur. Akarsu bakımından ise oldukça zengindir. Bu çaylardan Alakır Çayı, Kıravgaz Çayı, Askeriye Çayı 15 kilometre uzunluğundaki akarsu yatağını takip ederek Burdur Gölü'ne dökülür. Burdur İlinin en büyük akarsuyu olan ve Ege Denizi'ne dökülen Dalaman Çayı da Gölhisar yöresinde bulunur. Ayrıca, kuru dereler olarak bilinen ve mevsimsel yağışla birlikte yüzeysel akışa geçen Burdur Çayı, Kanlı Dere, Sultan Dere, Akdere gibi dereler de bulunmaktadır (Ala, 2001: 79).

Burdur ili ovalarında 81 adet sulama kooperatifi, 416 adet işletme sondaj kuyusu ile 14108 ha net, 15627 ha brüt arazi yeraltından sulanmaktadır. İlin yeraltı suyu potansiyeline bakılacak olursa Burdur merkez ovası 7,0, Çine ovası 28,7, Erli-İrla ve Yazı ovası 24,0'dır. Tefenni ovası 92,0, Salda-Güneyköy ovası 4,5, Gölhisar ovası 20,0, Ağlasun ovası 2,7, Sütçüler ovası 57,0, Bucak Kestel ovası 7,5 hm³/yıl şeklindedir (Kaya ve Aşıkkutlu, 2019: 21-22).

1.2.4. Ovaları

Burdurun ovaları eski kapalı havzaların dolması sonucu dağların arasında oluşmuştur. Ovaları dar ve derin boğazlar birbirinden ayırmaktadır (Can, 2008: 18).

Ovalar, Burdur merkezin yanı sıra Ağlasun, Bucak, Tefenni ve Yeşilova ilçe havzalarının yanı sıra Gölhisar çukurluğunda bulunmaktadır. Yükselteleri 750 metre ile 1400 metre arasındadır. Ağlasun ilçesinde Ağlasun, Başköy, Öteyüz ovaları, Bucak ilçesinde Bucak, Kestel, Keçili, Ambahan, Ürkütlü, Kızılkaya, Yava ve Karapınar ovaları vardır. Gölhisar ilçesinde Gölhisar, Yamadı, Çavdır, Haravza ve Söğüt ovaları, Tefenni ilçesinde Tefenli, Kağılcık, Karamanlı, Hasanpaşa, Başpınar ve Belköy ovaları, Yeşilova ilçesinde Akçaköy ve Erli ovaları, Karamanlı ilçesinde ise Karamanlı, Kağılcık ve Kılavuzlar ovaları bulunmaktadır (Güven, 2000: 6).

1.2.5. Jeolojik Yapısı

Burdur ili jeolojik zamanlardan kalma formasyonların bir araya geldiği karışık bir arazi yapısı bulunmaktadır. Arazi ikinci jeolojik zaman öncesinde Tetis jeosenklinal sahası içerisinde bulunmaktaydı. Alpin orojenezisi oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Alpin orojenezinin etkileşiminden sonra Burdur ilinin bulunduğu yerde grabenleşme gelişmiş, lagüner bir ortam oluşmuştur. Buna bağlı olarak Tetis denizi yavaş yavaş kapanmış, bölgedeki gerilmelerin ve sıkışmaların sonucunda kırıklar, fay hatları ve bindirmeler oluşmuştur (Ala, 2001: 27).

Son olarak Alp Orijenizi ile de ikinci, üçüncü ve dördüncü görünümüne kavuşmuştur. İlde görülen formasyonlar ise meteozyk ve tersiyer devirlerine aittir. İlde farklı toprak grupları bulunmaktadır. Bunların arasında ilk sırada kahverengi orman toprakları bulunurken bunu sırasıyla kireçsiz-kalıvarengi orman toprakları ve kestane renkli toprak yapıları takip etmektedir (Güven, 2000: 8-9).

1.3. İklimi

Burdur da iklim farklılık göstermektedir. Bu değişiklik yeryüzü şekillerinin değişkenliğinden kaynaklanmaktadır. Akdeniz'e doğru bakan yamaçlarda Akdeniz'in dağ karakterleri etkili iken Orta Anadolu step ikliminin geçiş özellikleri de iklimsel özellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Evliyaoğlu, 1994: 206).

Bu sebeplere bağlı olarak Burdur Akdeniz bölgesine göre daha az yağış alırken, İç Anadolu step iklimine göre çok daha fazla miktarda yağış almaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2007).

Burdur Meteoroloji İstasyonunun verilerine bakıldığında yıllık ortalama sıcaklık 13. derecedir. Sıcaklığın en yüksek olduğu ay ortalaması 36, en soğuk olduğu ay ortalaması ise -8°'dir. İl merkezindeki yıllık yağış miktarı 535. mililitre civarındadır. Yıllık yağış en çok kış aylarında yağmur ve kar şeklinde görülmektedir. Don olayları il defa kasım ayında, son donlar ise nisanın ikinci yarısına kadar örülebilmektedir (Güven, 2000: 6).

1.4. Bitki Örtüsü

Burdur yüksekliği, iklimi ve toprak yapısı açısından oldukça çeşitlidir. Bu durum ise Burdur'un vejetasyonunu (benzer bitki topluluklarını) doğrudan etkilemektedir. Bucak ilçesinin Asar Tepesinin kuzey yamaçlarının 1.200 metre ve daha yüksek seviyeleri hem sedir ağaçlarının bulunduğu orta nemli ormanların alanıdır. Burdur ormanlarında İhlamur, titrek kavak, fındık, kızılçık, kasnak meşesi, üvez ve benzeri ağaç türlerin karışık halde bulunmaktadır. Batı kesimlerde Söğüt Dağları ve Salda Gölü'nün 2.334 metre yüksekliğindeki Kestel Dağı üzerinde ise kızılçam, karaçam ve ardıç ağaçları türlerinden oluşan kuru yapıdaki ormanlar bulunur (Günel, 2013).

Bucak ilçesinde bulunan Asar Tepe'nin kuzey yamaçlarında Lübnan Sedir ağaçları bulunmaktadır. Yarı nemli ormanların olduğu bölgede aynı zamanda ihlamur, kızılçık, fındık, kavak, kasnak meşesi gibi türlerde yer almışlardır. Salda Gölü'nün kuzey ve güney kısmındaki dağlar ve Burdur Gölü'nün güneyindeki Kestel Dağı üzerinde kızılçam, karaçam, ardıç gibi türlere ev sahipliği yapmaktadır. Yine ardıç ağaçlarının bulunduğu Bayındır ve Bereket köyü, kızılçam ağaçlarının bulunduğu Kapaklı ve

Çamoluk köyleri, Kestel Dağının zirvelerinde görünen meşe ve ardıç ağaçları, Yeşilova ilçesinin batısında bulunan karaçam ağaçları Burdur ilinin bitki örtüsü zenginliğini göstermektedir (Kaplan ve Örücu 2019: 108).

1.5. Alternatif Turizm

Alternatif turizm, doğal kaynakların bozulmasını engelleyerek, koruyarak, bozulmamış ve düzgün bir muhit oluşmasını sağlamak, hem de yapıldığı destinasyonlarda ki bölge halkının turizm etkinliklerin den oluşan maddi olarak kazanç etme amacı güden bir turizm türüdür (Albayrak, 2003: 15).

Alternatif Turizm: “turizm ile ilgili etkinliklerin dar kalıplara sığdırılmaya çalışılmasından dolayı ortaya çıkan bozukluklardan turizmi kişisel alaka alanlarına yönlendirme çabaları” şeklinde açıklanabilir. Daha detaylı olarak: “Farklı turizm aktivitelerinin varlığı ile daha farklı turistik bölgeleri turizm faaliyetlerinin içerisine katar. Alışıla gelmiş trustik bölgelerdeki yoğunlaşmayı azaltan ve turizmi 1 yılı kapsayacak şekilde bütün mevsimlere yayan; doğal çevre, yörenin insanı ve turistler ile olan ilişkileri güçlendiren bir turizm çeşididir” (Meydan Uygur ve Baykan, 2007: 18).

Kitle turizmin içindeki bireylerin kullanım isteklerinde oluşan varyasyon ve turizm kollarında ürün çoğaltma çabaları, alışılmış turizm malı olarak adlandırdığımız deniz, kum, güneş üçlüsüne karşıt “alternatif turizm” faaliyetlerini çıkarmıştır (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 88).

Alternatif turizmin ortaya çıkması 1980 yıllarında mülkiyet ve sürdürülebilir gelişme ile beraber popülerliğe dönüşmüş bir mevzu halinde olsa bile içerikte ele alınan turizm türleri (eğitim, din turizm vb.) değerlendirildiğinde mazisi ortaçağda ki hac seyahatlerine ve grand tura kadar uzanır (Boytak vd., 2017: 3-4).

1.5.1. Alternatif Turizm Kavramı

Alternatif turizmle benzer anlamlar taşıyan turizm türleri vardır. Bunlar yeşil turizm, soft turizm ve eko turizm gibi turizm türleridir. Her ne kadar benzer anlamlar taşıyalar da alternatif turizm kavramı bu turizm kavramlarını kapsayan daha geniş bir kavramdır (Albayrak, 2003: 14).

Alternatif turizm; “klasik kitle turizmi, geleneksel turizm, kent turizminin menfi yansıyan etkinlerini azaltma amacı güden, oluşan yeni turistik ürünlerle bir araya getirilme amacıyla oluşturulan turizm çeşididir” (Balcı, 2003: 16).

Alternatif turizm, özünde kabul görmeyen kitle turizminin karşısı olarak görülen turizm çeşididir. Alternatif turizm, ekonomik olarak olumlu veya olumsuz etkiler sağlarken, çok az da olsa olumsuz etkilere sebep oluşturur (Erdoğan, 2003: 105).

Alternatif turizme ilk zamanlarda sınırlandırıcı bir düşünce olarak değerlendirilme yapılmıştır. Bu nedenle alternatif turizmi ziyaret eden kişilerin bölge sakininin meskenlerinde konaklama yaptıkları bir turizm türü diye açıklamaktadır. Alternatif turizm, çevreye önem veren, yumuşak, kişiden kişiye, küçük ölçekli yeşil turizm alternatif turizm formları olarak belirlenmiş bir bölgede, kitlesel turizme ikame olabilecek tür veya türler olarak isimlendirilmektedir (Boytak vd., 2017: 3-4).

1.5.2. Alternatif Turizmin Gelişimi

Alternatif turizmin düşünce ortaya atılmasının nedenlerini çağdaşlaşma ve bu çağdaşlaşma ile birlikte turizme etkilerinde yansıması görülmektedir. Böylelikle sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilirlik alternatif turizmin kıymetlenmesinde öncelik olarak özen gösterilmesi gerekli konulardır (Kozak vd., 2013: 17).

Sürdürülebilir turizm konumlandırılmasın da turizmin olumsuz yansıyan etkilerini azaltmak amacı ile yapılması planlanmış akım ve yaklaşma kuramları açıklamıştır. Literatüre bakıldığın da safarinin adapte olma devresi olarak isimlendirdiği dönem alternatif turizm başlangıcı olarak sayılmaktadır. Uyarıcı dönem turizmin olumsuz etkilerini ortaya koymuş ama bu olumsuzluklardan nasıl korunması gerekeceğini belirtmemiştir. Alternatif turizm olgusu bu dönem içinde kitle turizmine karşı karşıt bir tez olarak ortaya konulmuştur. Bu dönemde Alternatif turizm kitle turizmine karşı dış kaynaklı yüksek çaplı organizasyonlar yerine yerli ve küçük çaptaki organizasyonları desteklemiştir. Alternatif Turizm 1980’lerde kitlesel turizminin, turizmin ilerleyişinde karşılaşılan problemlere çare amaçlı gelişmiştir. Dengesiz ilerleyiş ve hissedarların turizmin ilerleyişinden edindikleri yararların adil biçimde verilmemesi (bölge halkı), alternatif turizm türlerinin ana çıkış nedenleri arasındadır (Boytak vd., 2017: 3-4).

Geleneksek turizm anlayışına yeni bir ivme kazandırmak ve yön vermek amacıyla, oluşan yeni turistik ürünlerin bir araya toplanması doğrultusunda turistik ürün çeşitlendirilmesi yapılmıştır. Söz konusu durum alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ortaya çıkmasındaki temel amaç, günler geçtikçe değişen insanların seyahat beklentilerine en güzel cevabı verebilmek, diğer yandan ise turizme kaynaklık edecek potansiyellerini iyi bir şekilde kullanmalarını sağlayarak, ekonomik sosyal ve kültürel olarak kazanımlarını daha da artırmaktır (Albayrak, 2003: 32). Bunların dışında turizm faaliyetlerini 12 aya yayma düşüncesi alternatif turizmin ortaya çıkış nedenlerinden birisidir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2011: 28).

Kitle turizminin, plansız ve kontrolsüz olması en kısa zaman içinde en çok faydayı sağlama amacı, ön planda toplu hareketi tutması, farklı insan gruplarını bir arada toplaması, rahatsızlık yaratan bir durum haline gelmiştir. Alternatif turizm ise daha planlı ve kontrollüdür. Bu nedenle birlikte araştırmacılar, kitle turizmi yerine alternatif turizmi önermeye başlamışlardır (Arslaner ve Erol, 2017: 423-424).

Nosyon bilgiler ve alternatif turizm – kitle turizmi karşılaştırılmasındaki alternatif turizme ait unsurlara bakıldığında alternatif turizme ait özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012: 27).

- Alternatif turizm daha küçük ölçeklidir.
- Yerel halkın önceliği ön plandadır.
- Doğal, tarihi, kültürel kaynakları korur ve geleceğe taşıırken dikkate alır.
- Alternatif turizm ürünleri sürdürülebilirliğe uygun olarak, yerel halkın ve tüketicilerin yaşam standartlarını artıran özellikte olmalıdır.
- Fiziksel ve sosyal kapasitesi ile ekonomik rasyonellik uyumu ön plandadır.
- Turistler ve yerel halk arasında pozitif bir etkileşimi öngörür, çevre bilincini toplumsal ve sosyal değerlerle ön planda tutar.
- Küçük gruplar veya bireysel turizm organizasyonlarını kitlesel hareketlere göre daha ön planda tutar.

Temelde Alternatif turizmin ortaya çıkmasının en önemli nedenlerinden biri de turist profilindeki değişimlerdir. WTO (Dünya Turizm Örgütü) 'ne göre yeni turist profili şu şekildedir (Albayrak, 2003: 41).

- Yeni turist profili eski turist profiline göre fiziksel ve entelektüel olarak kıyaslandığında daha aktif ve girişken bir görünüm ortaya koymaktadır.
- Güncel zamanda turistler seyahatlerini hobileri ve özel ilgi alanları doğrultusunda yapmaktadır.
- Turistler atalarının doğup büyüdüğü yerleri ziyaret etmeye daha da fazla özen göstermektedirler.
- İbadet amaçlı turizm hareketlerinin önemi artmış, turistler tarafından tercih edilen bir turizm türü haline gelmiştir.
- Turistler yeni destinasyonlar ve yeni turizm ürünleri talep etmekte, bu durum ise yeni turizm destinasyonlarının gelişmesine ve mevcutta var olan destinasyonların ürün ve hizmet olanaklarının çeşitlendirilmesine katkı sağlamaktadır.
- Turistlerin bir diğer zaman ayırdıkları turizm türü sağlık amaçlı turizm türüdür. Bu doğrultuda sağlık turizmine yönelik destinasyonları oluşturulmuştur.
- Çevre korunması ile ilgili duyarlılıklar artmıştır.
- Yaşlı ve emekli insanların seyahat etme eğilimlerinde artış görülmektedir. Genç insanlar daha çok kalabalık gruplar arasında seyahat ederken, engelliler ise kendilerine özel gerçekleştirilen faaliyetlerin içinde bulunmaktadır.
- Turistler artık seyahatlerini gerçekleştirirken bilgili ve deneyimlidirler. Bu nedenle ürün ve hizmet kalitesi, çekicilikler, ödenen para karşılığında alınan hizmet gibi özellikler aranmaktadır.

Kitle turizm ile oluşan olumsuz etkileri azaltmayı amaçlayan alternatif turizm, turizm gelirlerini yalnızca kıyı şeritlerine değil, ülke genelinde yerel halkın önceliğini ele alarak dağıtımını sağlayan, yaşam standartlarının yükselmesine katkı veren ve aynı

zaman da kitlesel tüketimden oluşan zararlarında önüne geçmeyi hedeflemektedir (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012: 28).

Özetle turist kimliğinin çeşitlenmesi ile birlikte turistlerin beklentileri, ihtiyaçları isteklerindeki oluşan farklılıklar, ülkelerin turizm pazarındaki paydan fazla kar etme amacı, alternatif turizmi ortaya çıkarmıştır. Böylece alternatif turizm birçok ülke tarafından gerçekleştirilen bir turizm türü haline gelmesine neden olmuştur (Albayrak, 2003: 42).

1.5.3. Alternatif Turizmin Yararları

Alternatif turizmin ilgi görmesi ile birlikte araştırma yapılması ihtiyacı duyulmuştur ve bu araştırmaların sonucunda oldukça önem kazanmıştır. Yapılan araştırmaların bir tanesinde alternatif turizm ve güneş-deniz-kum olarak söylenen turizmle ilgilenmeyle alakalı aşağıdaki gibi bir sonuç doğmuştur: Güneş-deniz-kum tatillerinin 2002 yılındaki payı yaklaşık % 60 iken, 2004 yılında bu oran yaklaşık olarak % 40 seviyelerine kadar düşüş göstermiştir. Dünya genelinde de bu değişimler olmuştur. Yani klasik üçlünün yerini yavaş yavaş alternatif turizm almaya başlamıştır (Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 5).

Gün geçtikçe artan alternatif turizmin değişken birçok faydası vardır. Bu faydaların bazıları aşağıdaki şekildedir:

- Geleneksel turizm nedeniyle kenar kesimlerde oluşan nüfus yığılmalarını önleyerek ülkelerin nüfus sal dağılımlarının olumsuz yönde etkilenmesini ve dengesiz göçlerin oluşmasını önler.
- Genellikle sosyal, iyi eğitilmiş, meraklı, kısıtlı hareket etmeyenler, analizci ruha sahip, tatil de daha çok para harcayan; gezdiği yerlerin tarihini ve kültür mirasını koruyan, yöre halkıyla daha içli dışlı olabilen ve toplulukla birlikte hareket etme kabiliyeti olan kişiler alternatif turizm faaliyetlerini tercih edenlerdir. Aynı zamanda faaliyetlerle uğraşan ziyaretçilerin halk arasında ki pozisyonları, diğer turistik etkinliklere katılan ziyaretçilere oranla yüksek seviyededir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007: 39).
- Ülkeler yıllar içerisinde bütçelerinde açıklar vermektedir. Bu açıkları kapatmak isteyen ülkelerin çoğu alternatif turizmi bir seçenek olarak

görmektedirler. Gelişmekte olan ülkeler turizmden elde ettikleri gelirleri ancak vermiş olduğu hizmete ve ürün çeşitlendirmesine göre artış sağlayabilirler. Hizmet ve ürünlerin çeşitlendirilmesi ise ancak ve ancak alternatif turizmi geliştirerek ve gelişimini olumsuz yönde etkileyen etmenleri saf dışı bırakarak gerçekleşebilir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

1.5.4. Burdur’da Alternatif Turizm

Tarihi devirler süresince birçok uygarlığa ev sahipliği yapan Burdur, konum olarak birçok ili ve bölgeyi de birbirine bağlamaktadır. Aynı zamanda Göller Bölgesi’nin içerisinde bulunan Burdur ili, bölgenin karakteristik özelliklerini de yansıtmaktadır. Burdur ili folkloru, kültürü ve sosyal yaşantısı ile ne kadar önemli bir yere sahip ise, turizmde de o derece önemli bir konumda bulunmaktadır. Bölge kültürel ve doğal turizm kaynakları yönünden Teke yöresinin en zengin turizm kaynaklarından birisidir (Solmaz, 2014: 92).

Burdur ilinin coğrafi özellikleri ili turizm için elverişli bir konuma sokmaktadır. Bölgenin zengin coğrafi çeşitliliği birçok turizm çeşidinin yapılmasına imkan sağlamaktadır. Burdur ilinin birçok bölgeyi birbirine bağlayan bir konumda olması bölgede özellikle kültür turizminin gelişmesine sebep olmuştur. Şehrin sahip olduğu diğer turizm değerleri ise, tarım ve çiftlik turizmi, kırsal turizm, kış turizmi, gençlik turizmi, kamp ve karavan turizmi, mağara turizmi, kuş gözlemciliği turizmi olarak sıralanabilir. İlde bulunan göller, yaylalar, antik şehirler ve mağaralar da bölgenin turizm çekicilikleri arasında önemli bir rol oynamaktadır (Kılınç ve Kılınç 2019: 220).

1.5.4.1. Burdur’da Kültür Turizmi ve Tarihi Değerler

İnsanlar ziyaretlerini ilk çağlardan bu yana din, savaş, ticaret, göç vb gibi etkenlere bağlı olarak devam ettirmişler ve bu etkenlere bağlı olarak ta seyahat etme nedenleri arasında ilk sıralarda kültür yer almıştır (İstanbulu Dinçer ve Muğan Ertuğrul, 2000: 69).

Kültür Turizm kavramına geniş anlamda bakacak olursak bireylerin gittikleri bölgedeki tarihi ve bir millete değer katan etkenleri yaşaması ve etkilenmesi olayıdır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 188).

Kültür turizmi, kişilerin sürekli sürekli yaşadıkları bölgeden çıkarak, kültür ihtiyaçlarını gidermek ve değişik kültürler öğrenmek için kültürel destinasyonları ziyaret etmeleridir. Bölge insanının yaşayış şeklini, geleneklerini ve göreneklerini ziyaretçiye eksiksiz yorumlayan bir turizm ürünü türüdür ve uygulama yapıldığı bölgeye birçok getiri (fayda) sağlamaktadır (Baykul ve Maden 2017: 66).

Turistik destinasyonların bünyesinde bulunan kültürel mirasın eksiksiz kullanılmasıyla ve turizme birleştirilmesiyle ile bölge ve ülke ekonomisine önemli faydalar getirdiğini belirtmişlerdir. Böylelikle ziyaretçilerin yeni kültürler öğrenmek için yapmış olduğu ziyaretler, konaklamalar, gittikleri bölgeye ekonomik açıdan katkı sağladığı için kültür turizminin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Kültür turizmi kültürel değerleri de koruduğu için önemli bir gelir sağlayıcı etkiye de sahiptir (Er ve Bardakoğlu, 2016: 41).

Turizme katılan kişilerin veya grupların güneş, kum, deniz 3 (S) modeli yani kitle turizminin yanında, alternatif turizm çeşitlerine de ilgi duyduğu ortadadır (Karapınar ve Barakazi, 2017).

Bunların başında gelen çeşitlerden birisi de kültür miras turizmidir. Kültürel turizmin öne atılması ile kültürel simgelerinde fazlalaşması bu turizmin değer kazanmasında etki göstermiştir (Öter ve Özdoğan, 2005: 12).

Kültürel miras turizmi, geçmişteki toplulukların ekonomik, politik, sosyal taraflarını bize tarihi ile gösteren kültürel bileşenleri olarak açıklamıştır (Karapınar ve Barakazi, 2017).

Kültür turizminin alt gurubu olan miras turizminin tanımına bakılacak olursa; din, dil, giyim gelenek, müzik, dans, folklor, arkeolojik parçalar, eski alanlar, zanaat eserlerinin sosyo-kültürel miras; bölge yapısı da bu kategoride doğal varlıkları kapsadığı görülür (Doğaner, 2003: 67).

Burdur ili tarihi, doğası, kültürel değerleri, antik kentleri ile ülkemizdeki kültür ve turizm şehirleri arasında bulunmaktadır. Aynı zamanda Teke Yöresinin kültür başkenti konumundadır. Burdurun kültürel varlıkları, doğal güzellikleri, tarihi alternatif turizmin önemli hale geldiği bu günlerde bölgeyi, diğer bölgelere göre üstün ve çekici hale getirmektedir Günümüzde Göller Bölgesinin ve Teke Töresinin kültürel bağlamda önde gelen Burdur, Anadolu tarihinin ilk tarımsal yerleşimlerinden biridir. Yaklaşık on bin

yıllık bir sürece tanıklık eden Burdur ili kültürel açıdan zengin bir yer olarak bilinir. İnsanlık tarihinin her dönemine tanıklık etmiş olan şehrin kültürel değeri şimdilerde özünden kopmamış Teke yöresi insanların yerel ağzından, müziklerden, mutfağından ve hala devam eden geleneksel kıyafet ürünlerine kadar zengin kültürel yapısıyla perçinlenmiştir. Bölgede yapılan arkeolojik çalışmalar sonucun da ortaya çıkan mamut gibi hayvan iskeletlerinin de ilin tarihsel geçmişini 1,5 milyon yıl öncesine götürmektedir. Burdur ilinin kültürel dayanağının bu derecede güçlü olmasının temel kaynağı olarak tarıma ve hayvancılığa elverişli toprakları, zengin su kaynakları, ormanları, gölleri konum olarak Anadolu'nun İç ve Ege kıyı bölgelerinin Akdeniz bölgesine bağlaması olarak sayabiliriz (Özüdoğru, 2015: 10).

Taş Oda: 17. yüzyıl içerisinde yapılan Taş Oda Osmanlı sanat mimarisi eserlerindendir. Yapımında çoğunlukla taş kullanıldığı için ismi Taş Oda olarak adlandırılmıştır. Toplamda iki kattan oluşan Taş Oda'nın, birinci katı depo ve ahır olarak, ikinci katı ise salon (oturma alanı) olarak kullanılmıştır (İnanır vd., 2015: 334).

Kınalı Aşiretinden Emin Bey tarafından yaptırılan Taş Oda, Türk Evi yapısal özelliklerini göstermektedir. Etnografya müzesi olarak da işlev gören konak günümüzde ziyaretçilerini ağırlamakta ve açık halde bulunmaktadır (Kılınç ve Kılınç 2019: 244).

Baki Bey Konağı: Burdur ilinde Türk Mimarisinin en önemli örneklerinden biriside Baki Bey Konağıdır. İsmi Baki Bey ailesinden almaktadır. Baki Bey 17. yüzyılda Burdur ve çevresinde devlet adına vergi toplayan Mehmet Paşa'nın akrabalarından olduğu bilinmektedir. Taş oda gibi bu mimari eser de iki kattan oluşmaktadır. Binanın yapımında ahşap, kalem işi, vitray gibi farklı tekniklerden yararlanılmış ve bezemeleri yapılırken altın ve gümüş varaklardan yararlanılmıştır (Bozcu, 2013: 12).

Osmanlı mimari eserlerinin önemli örneklerinden birisi olan Baki Bey Konağı Kültür Bakanlığı tarafından restore edilmiş ve kullanıma açılmıştır. Günümüzde Müze Ev olarak kullanılmaktadır (İnanır vd., 2015: 334).

Mehmet Akif Ersoy Kültür Evi: Mehmet Akif Ersoy Kültür Evi Baki Bey Konağının bahçesinde yer almaktadır. Cumhuriyet döneminden kalma ev iki katlı olup üst katı ahşaptan yapılmıştır. Bina 2012 yılında Burdur İl Özel İdaresi aracılığıyla BAKA'dan sağlanan hibe ile restore edilmiştir. Ev de Mehmet Akif Ersoy'a ait bir

Çalışma odası ve eşyalarının bulunduğu oda, sinevizyon odası ve dinleti odası bulunmaktadır (İnanır vd., 2015: 334).

İki kattan oluşan evin girişi basık bir alt kat ve üç kattan oluşmaktadır. Giriş katı servis, ikinci kat ise yaşam odaları ile birbirinden ayrılmıştır. atı kısmının mimarisinde ahşap karkas kullanılmış, duvarları beyaz sıva ile kaplanmış olan yapının çatısı alaturka kiremitler ile kaplıdır. Evin üç katında iki dolap ve bir ocak bulunmaktadır. Salon kısmının tavanı altıgen bir rozet ile süslenmiştir. Avlusu Mehmet Akif'in fotoğrafları, el yazıları, şiirleri ile sergilenmiştir. 2008 yılında Ankara vakıflar Bölge Müdürlüğü tarafından restore edilen ev 2009 yılında Mehmet Akif Ersoy Kültür Evi (Müze ev) olarak ziyaretçilerine kapısını açmıştır (Kurtoğlu, 2019: 138).

Mısırlılar Evi: Yapımı 19.yy da tamamlanan Mısırlılar evi Osmanlı mimarisinin önemli eserlerinden birini oluşturmaktadır. İl merkezi içerisinde bulunan Mısırlılar evi iki kattan oluşmaktadır. Mimarisinde ise kerpiç ve ahşap kullanılmıştır (Aray, 2009: 104).

Burdur ilinin merkezinde Sinan Mahallesinin sınırları içerisinde bulunmaktadır. Mimarisi planlanırken iki katlı olarak düşünüşmüş alt kat taştan, üç kat ise bağdadi tekniği kullanılarak yapılmıştır. Mimari özellikleri 19. yy sivil mimarlık özelliklerini yansıtmaktadır. Giriş kısmının hemen iki yanına müştemilat yapılan evin, üzerine iki oda yapılmış ve odalara ahşap merdiven yardımı ile çıkılmaktadır. Evin bahçe kısmında günümüze kadar sağlam gelen Ark suyu tevzi sarnıcı bulunmaktadır. Sarnıcın hemen yanına kurulmuş Hocabali Hamamı da zamanında su ihtiyacını bu sarnıtan karşılamaktaydı. Yalnız günümüzde sarnıç ve hamam işlevselliğini yitirmiştir (Kılınç ve Kılınç 2019: 244).

Sagalassos Antik Kenti: Roma İmparatorloğu döneminde Pisidia (Burdur ve çevresi) olarak adlandırılan bölgede kurulmuştur. Antik kente geçici olarak Neolitik Dönem'de asıl olarak ise orta ve geç Tunç ağı'nda yerleşilmiştir. Helenistik dönem yaşam ibareleri de görülen kent en zengin dönemini Roma İmparatorluğu dönemi olmuştur (Aysal ve Caran, 2018: 1).

Sagalassos Antik Kenti, 30°31'kuzey enlemi, 37°40'doğu boylamı arasında Burdur ili sınırları içerisinde, eski dönemde ise Pisidia olarak bilinen bir bölgede bulunmaktadır. evresi dağlık alanlarla kaplı ve tarihi bizi 12.000 yıl öncesine götürmektedir. Orijinal yapıları bozulmamış, bugünlere kadar saklanmış ve iyi

korunmuştur. Eskiden kentte seramik yapımı yapılmakta ve o dönemlerdeki en uzun süren seramik imalatı olma özelliğini taşımaktadır. Şehrin girişinde konutlar, aşağısına doğru yürüdükçe hamamlar, metal fırınları, çarşısı, çeşme ve odeon, yukarı kısmında tiyatro, kütüphane, Helenistik döneme ait çeşme, seramik imalat yeri, merkezinde ise meclis binası, kilise, tapınak bulunmaktadır. Kültür Turizmi konumundan önemli bir konuma sahip olan Saglassos Antik Kenti, bölgeye yüzlerce ziyaretçi çekmekte ve yakın dönemde bilhassa yabancı turistlerin ilgisini üstünde toplamaktadır (Kılınç ve Kılınç, 2019: 224-229).

Keraitai – Sivri Tepe: Belören Köyü'nün 2 km. güney batısında Keraitai Antik Kenti, yöre halkı tarafından da sivri tepe olarak bilinmektedir. 1972 yılında müze araştırması sonucunda elde edilen KEPAEITON lejantlı sikkenin bulunmasıyla açığa çıkmıştır. Tepeliğin yüksekliği 1300 m. Yüksekliğe sahiptir. Bu tepelikten diğer antik kentlerde net olarak gözükmemektedir. Belören köyü üzerinden patika yollar vasıtasıyla ulaşımı sağlanmaktadır ve etrafı surlarla çevrilidir. Kent içerisinde kamusal yapılar bulunmaktadır, doğu yamacında bir düzlükte bu yapılara rastlanabilir. Rakım olarak yüksek olduğu için Antik kentin su ihtiyacı kuyular tarafından sağlanmıştır. Kremna Antik kentinin su kaynakları ile benzer özellikler göstermektedir. Aynı zamanda bugünkü Belören köyünün içme suyunun bu kaynaklardan geldiği bilinmektedir (Metin, 2014: 6). Kentin bulunduğu tepenin zirvesi akropolis olarak kullanılmıştır. Zirvede bulunan tapınak gözetleme kuleleri ve sarnıçlar Keraitai antik kentinin önemli mimari yapılarındandır (Metin vd., 2015: 208).

İncirhan: İncirhanı'nın bulunduğu konum neticesi ile Antalya-Eğirdir kervan yolunu, Doğu-Batı yönünde Anadolu'yu baştanbaşa ana kervan yoluna Eğirdir'de bağlamaktaydı. Aynı zamanda Selçuklu devletinin önemli limanlarından olan Antalya ilini başkent Konya'ya bağlamaktaydı. Antalya ilinin 18 km kuzeybatısında yer alan evdir. Hanı'na geçiş güzergahı içerisinde bulunmaktaydı. Bugünkü yol Burdur ilinin Bucak ilçesinin 3 km batısından geçmektedir. Bucak dönüşünden sonra, Kestel yoluna döndüğünde batı yönünde daha sonra kuzey yönünde ilerleyen bir yolla 3 km uzaklıkta bulunan İncir Han'a ulaşılmaktadır. Bu Han aynı zamanda aynı ismi taşıyan İncirdere köyüne de aynı mesafede bulunmaktadır. Geçiş yolları ve konumuyla birçok yeri birbirine bağlayan İncir Han'ın tarihi ve kültürel değeri oldukça önemlidir (Kılınç, vd., 2017: 26).

Han inşa edildikten sonra o dönemde bölgede bir pazar yeri oluşmuş. Pazar yeri oluşturulduktan sonra bölge mezraya dönüşmüş. Bu yüzden bölgeye tapu tahrir defterlerinde ‘Bazar-ı İncir’ ve ‘İncürlü Mezrası’ gibi isimler de verilmiş (Çakmak, 2020: 607).

Höyüktepe: Onaç Barajı yakınlarında, Alkaya yolu üzerinde sol tarafta kalan küçük tepe Höyüktepe ismi ile bilinmektedir. Yüzeyinde birçok kaçak kazı çalışması yapılmış ve M.S. 2-3. Yy Roma seramikleri keşfedilmiştir. Bu kaçak kazı çalışmaları sonucunda tahrip olan yerde çok az mimariye rastlanmıştır. Konumu bakımında Keraitai kentinin sınırları içerisine girmektedir. Çeltikçi Ovasına açılan yol güzergahı üzerinde olması sebebiyle önemli bir konumda yer almaktadır (Metin, 2014: 7).

Höyüktepe’de tabakalarda Erken Tunç Çağı, Orta Tunç Çağı ve Geç Roma Dönemine ait kalıntılara rastlanmıştır. Altepe de Geç Doğu Roma yerleşkesi, yerleşkenin batısında Erken Roma’ya ait bazalika tespit edilmiş ve Dereköy kısmın da ise yeni mezar yapıları tespit edilmiştir (Andaç, 2015: 11).

Kibyra Antik Kenti: Kibyra Antik Kenti, Burdur ilinin Gölhisar ilçesinde tepelik arazilerin üzerinde yer almaktadır. Alan olarak oldukça geniş, yapıları birbirine uyumlu ve planlı olarak döşenmiş, manzarası gölleri ve ovaları görebilmektedir. Şehrin girişinde bir anıt kapı bulunmaktadır. O dönemlerin en büyüleyici stadyumu bu kentte yapılmıştır. Şehirdeki hamamlar, tapınaklar, meclis binası, anıt mezarlar, tiyatro salonu, suyuolları, vb. gibi yapılar dikkat çekmektedir. Ayrıca şehrin merkezinde Anadolu’da tek olan Medusa Mozaïği bulunmaktadır. Kentin mimari eserleri ve kalıntıları Roma İmparatorluk Dönemi’ne aittir. Kibyra kenti demircilik, at yetiştiriciliği, çömlekçilik, dericilik gibi alanlarla da o döneme ışık tutmuş ve herkesçe bilinen bir hale gelmiştir. Şehir insanların savaşçı bir kimliği olup, şehir aynı zamanda Gladyatörler Şehri olarak ta bilinmektedir (Kilinç ve Kilinç, 2019: 230).

Büyük İskender Anadolu seferleri sırasında kente yakın Lykia, Pisidia ve Termosson kentlerinden geçmiş fakat kenti fethetmeden geçmiştir. Epigrafik, arkeolojik ve edebi kayıtlarda kentin bölgenin hem siyasal yönden hem de aktif iç ve dış politikasıyla bölgenin lider kenti olduğu var sayılmaktadır (Özüdoğru, 2018: 6).

İnarası: Taşyayla-Çamlık yolu üstünde bir patika yolla ulaşımı sağlanmaktadır, geniş bir alanı kapsar Yerleşim alanı güneydeki kayalık tepelerin yamaçlarında

bulunmaktadır. Etrafı derin bir vadi ile çevrili olduğundan güvenlik açısından risk taşımayan bir konumda olduğunun göstergesidir. Alanların çoğu birbirlerine yakın ve düzensiz şekilde yapılmış, duvarlarında ise Polygonal örgü ve büyük blokların kullanıldığı mimari özellikleri taşımaktadır. M.Ö. 2.-M.S 3. yy arasında kullanıldığı ve içerisinde bulunan kilise mimarisi ile de Genç Antik dönemde terk edilmediği anlaşılmıştır. Alanın çevresi üç kayalık tepeden oluşur, doğu tepesindeki yerin kutsal alan olarak kullanıldığı düşünülmektedir. Bu tepede ayı zamanda bir de tapınak bulunmaktadır, bu tapıntan Kremna ve Keraitai kentlerini görmek mümkündür. Kentte çalışmalar yapılmıştır ve yapılan çalışmalar sonucunda seramik parçaları bulunmuştur. Bu seramik parçalarından Genç Neolitik- Kalkolitik dönemde varlığını gösterdiğini kanıtlamaktadır (Metin, 2014: 4).

İnarası'nın tarihi Geç Neolitik döneme kadar uzanmaktadır. Bu alanda toplam dört aşamadan oluşan kazı çalışmaları yapılmıştır. Yapılan çalışmalar da birçok döneme ait tarihi eserler bulunmuştur. Bunlardan bazıları kemikten saç iğnesi, taş balta ve iğ parçasıdır. Bu parçalar düzenli bir kontekst içinde olmadıklarından dolayı Eski Tunç çağına kadar tarihlendirilebilecek veriler elde edilmiştir (Zenger vd., 2018: 296).

Susuz Han: Eski Selçuk yolu Beyşehir'den başlayarak, Göller Yöresi olarak da bilinen yerden geçerek Burdur iline daha sonra da Antalya'ya ulaşırdı. Bu güzergâh Orta Anadolu'nun önemli ticaret yollarından bir tanesiydi. Susuz Han'da bu güzergâh üzerinde, Burdur ili sınırlarında bulunmaktadır (Oral, 2012: 249).

Susuz köyü içerisinde Burdur ili Bucak ilçesi sınırlarında ana yol geçişinin 1,4 km içerisinde yerleşim mekânlarından bağımsız bir halde bulunmaktadır. Köyün arka kısmında bulunan bu dağlardan da bu şekilde bahsedilmesi Hanın isminin nereden geldiği hakkında bize fikir vermektedir. Susuz Han Antalya-Isparta-Konya kervan yollarının üçüncü durağı olarak bilinmektedir. Susuz Han ile ilgili ilk bilgileri K.G. Lanckoronski vermiştir. Yapısal özelliklerine bakılacak olursa mimarisi XIII. Yüzyıl kervansaray mimarisini taşımaktadır. Anadolu Selçuklu Sultanlarından II. Gıyaseddin Keyhüsrev zamanında İncir Han ile eş zamanlı olarak yapıldığı bilinmektedir (Kilinç, vd., 2017: 27).

Kremna Antik Kenti: Burdur ilinin yaklaşık 60 km. güneydoğu yönünde, Bucak sınırında Çamlık köyü yakınlarında bulunur. Yaklaşık 1000m. Civarında yüksekliği vardır ve üç tarafı uçurumlarla çevrili olduğu için güvenlik bakımından risk teşkil etmez.

Şehrin güneyinden ve batısından olmak üzere iki girişi bulunmakta ve etrafı surlarla çevrilidir. Kentin tarihi hakkında bilinenler çok kapsamlı değildir, bilinen bilgileri Strabon tarafından ele alınmıştır. M.Ö 6-25 yıllar arasında kullanım da olduğu bilinmektedir. Daha sonraları Bizans ve Selçuklu dönemlerinde kullanıldığı anlaşılmıştır. Yapılan çalışmalar sonrasında Bizans ve Selçuklu sikkelerine rastlanmıştır. Ayakta kalan yapılar Roma dönemine ait yapılardır. Yapılan kazı çalışmaları sonucunda birçok heykel bulunmuş ve Burdur Müzesi Kremna salonunda sergilenmektedir (Ergürer, 2008: 434-435).

Şehir 1833 yılında bölgede araştırma yapan F. V. J. Arundell tarafından dile getirilmiştir. Bundan sonra şehir birçok araştırmaya tabi tutulsa da ilk kazı çalışması 1970 yılında yapılmıştır. Şehirde bulunan su sarnıçları araştırmacılar tarafından dikkat çekilen yapılardan bir tanesidir. Yapılan kazı çalışmaları ile ortaya çıkan eserler Burdur müzesinde sergilenmektedir (Kürkçü, 2015: 306).

Burdur Müzesi: Burdur müzesi yapısal olarak oldukça küçük bir yapıdadır. Buna rağmen müze taşınabilir kültür varlıkları bakımından zengin sayılmaktadır. Toplam üç bölümden oluşan müzede bölgedeki antik kentlerden çıkartılan eserler sergilenmektedir (Sop vd., 2019: 3896).

Burdur Müzesi 1963 yılında kurulmuş olup 1969 yılında kapılarını ziyaretçilerine açmıştır. Müze bölgedeki arkeolojik çalışmalardan çıkarılan eserlerle birlikte 66.000'den fazla eserle ülkemizin en varlıklı müzelerinden birisi olma özelliğini taşımaktadır. 2008 yılında bu özelliğini bir de ödülle süsleyen Burdur Müzesine “Gezilip Görülmeye Değer Müze” ödülü verilmiştir. Müze toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Saggalassos, Kibyra gibi tarihi yerlerden çıkarılan eserlerle birlikte, Neolitik, Erken Kalkolitik, Eski Tunç Çağlarına ait buluntular bu üç bölümde sergilenmektedir. Burdur Müzesi son zamanlara ziyaretçi akınına uğramaktadır (Kilinç ve Kilinç, 2019: 254-255).

Sia Antik Kenti: Sia antik kenti Karaot köyü doğu kısmında bulunmaktadır. Günümüzde çevresi ormanlık alanlarla kaplı, taşlık bir arazide yer almaktadır. Civarında dört adet köy yerleşimi ve etrafa dağılışı şekilde sıralanmış ören yerlerinin olduğu tespit edilmiştir. Detaylı inceleme ve arkeolojik kazılar yapılmadığı için yapılar hakkında yeterli bilgiye ulaşılamamıştır (Kürkçü, 2015: 121).

Kentin yerleşim alanlarından uzakta olması ve ulaşım açısından zorlu bir yerde olmasından dolayı, ülkemizdeki en korunaklı tarihi kentlerden biri olma özelliğini taşımaktadır. Eski dönemde Psidia olarak adlandırılmış olan kent 1892 yılında Berrard tarafından bulunmuştur. Kentte kazı çalışmaları yapılmamış sadece yüzeysel olarak araştırmalara konu olmuştur. Kentte görünen yapıları surlar, tapınaklar, agora, meclis binası, anıt mezarlar olarak söyleyebiliriz. Elde edinilen veriler sonucunda yerleşimin Hellenistik Döneme kadar uzandığı saptanmıştır, fakat araştırmaların azlığı nedeniyle bu kent hakkında fazla bilgi ortaya çıkarılamamıştır (Kilinç ve Kilinç, 2019: 236).

1.5.4.2. Burdur El Sanatları Turizmi

Burdur el sanatlarında önemli bir yere sahip olan dokumacılığın tahmini 300 senelik bir tarihi bulunmaktadır. Burdur bölgesinde dokuma türü olarak mekikli ve kirkitli örnekleri bulunmaktadır. Kirkitli dokumaları Türkmenler tarafından dokunan halı, hala (kilim) ve sumak iken, mekikli dokumaları Burdurlular tarafından dokunan İbecik bezi, Dastar ve Burdur Alacasıdır (burdur.gov.tr).

Burdur ilinde halı dokumacılığı yöre için bir gelir kaynağı olmuştur, belirli gün ve zamanlarda halı pazarı kurulduğu bilinmektedir. Sanayinin getirdiği masrafsız işçilik ve hızlı el halıcılığı kilimi halıya göre daha öne çıkarmış ve halıcılığı olumsuz yönde etkilemiştir. Dokunan kilimlerin en önemlisi Yeşilova kilimleridir, ayrıca bölgede folklorik bebek üretimi de mevcuttur (Yanar ve Özkan Tağı, 2014). Burdur yöresine has olarak yapılmakta olan bakırcılık, kalaycılık, demircilik, toprak işlemeciliği, halı dokumacılığı, alaca dokumaları, ibecik bezi ve benzeri el sanatları gibi değerler her an yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır (Ongun vd., 2015: 112).

1.5.4.3. Burdur İli Gelenek-Görenekler ve Folklorik Değerler

Folklor konusu bakımdan halka ait tüm kapsamları içine alır. Sözlü olarak geçmişten bugünüme gelen ve oluşan yeni durumlara göre değişiklik gösteren edebi ürünler, destanlar, masallar, fıkralar vb. gibi yaşam ve doğanın çeşitli olaylarını konu alan her şey folklorun içerisinde yer almaktadır. Gelenekler ise geçmişten bu yana kuşaktan kuşağa aktarılan olaylar, öğretiler vb. gibi konuların tamamını kapsamaktadır. Görenek ise eskiden beri gelen tutum ve davranışlarımızı kapsar. Bu kapsamda Burdur ili folklorik

değerler, gelenek ve görenekler bakımından zengin, merak uyandıran illerimiz arasındadır (Ongun vd., 2015: 112).

Türk motifleri ile işlenmiş kilimler, halılar, Teke yöresine özel musiki, Burdur folkloru, yerli ürünleri, el sanatları, mutfak ürünleri, mimari yapıları ile Burdur ili bu bağlamda çok zengindir. Bu değerler doğrultusunda turizm daha da gelişmekte önemli bir rol oynamaktadır (Kaygısız vd., 2016: 157-185).

1.5.4.4. Burdur’da Eko Turizm

Eko turizm 2002’nin Mayıs ayında, “Dünya Eko Turizm Zirvesi’nde”, Kanada da 133 ülkeden gelen 1100 delegenin iştirakiyle eko turizm kavramı ve tanımı tüm ülkelerin ortak kararıyla saptanmıştır. Ortak kararla alınan tanıma göre eko turizm, dünyadaki doğal kaynakların devamlılığını sağlayacak, bunun yanı sıra yöre halklarının ekonomik kalkınmasına da katkı verecek ve yöre halkının hem sosyal hem de kültürel bütünlüklerini koruyup gözetecek yaklaşım olarak kabul edildi (Güngör 2017: 2).

Eko turizm, çevre ve sürdürülebilirlik temelinde turizmi oluşturan çevreye ve yöre halkının kültürüne zarar vermeden, turizmden sağlanacak faydayı artırmak ve yöre halkının turizmle ilgili bütün faaliyetlerden yararlanmasını sağlamak olarak ifade edilmektedir (Akay ve Zengin 2012: 116).

Eko turizm geçmişte ve günümüzde var olan kültürel değerlerin yanında turizmin çevresini oluşturan temiz ve doğal yapısı bozulmamış olan doğa, yaban hayat ve bitki türünü incelemek amacıyla yapılan turizm faaliyetidir (Erdoğan ve Erdoğan 2005: 5).

Eko turizm amacı

- Turizm nedeniyle doğal çevrede oluşan tahribatın en aza indirgenmesi,
- Eko turistlerin hem doğayı hem de sosyo-kültürel yapıyı muhafaza etmelerine yönelik eğitimlerin verilmesi.
- Turizmin yöre insanının geçim kaynağı olduğu kanısının oluşturulması.
- Yöre insanın turizmle refah seviyesini artıracak şekilde çalışmalar yapılması
- Eko turizm sayesinde bölgenin sosyo- kültürel ve ekonomik açıdan gelişmesi

- Eko turizm altyapı çalışmaları yapılırken çevreye ve sosyo-kültürel yapıya zarar vermeyecek şekilde yapılması
- Tabiat için önemli olan varlıkların korunması (Kısa Ovalı, 2007).

Burdur en önemli turizm merkezlerinden birisi olan Antalya'nın arka bahçesi konumunda olması ve Antalya ile Denizli arasında seyahat eden turistlerin Burdur'dan geçmesi de turizm açısından önemli bir konum kazandırmaktadır. Burdur'daki başlıca eko turizm etkinlikleri şunlardır: (Ongun vd., 2015: 108).

- Yayla turizmi,
- Mağara turizmi,
- Kuş gözlemciliği,
- Kış turizmi.

Eko turizm açısından önemli bir yeri olan ve Burdur-Antalya karayolunun güneydoğusunda, 1200 metre yükseklikte bulunan İnsuyu Mağarası, şehir merkezine 13 km mesafededir. Karstik yapının 10-15 bin yılda erime ve aşınmasıyla oluşmuş bir doğa harikasıdır. Türkiye'de 1965 yılında turizm amacıyla açılan ilk mağaradır. Mağarada dokuz adet gölcük ve etkileyici güzellikte sarkıt ve dikit sütunlar bulunmaktadır. Mağara içerisinde yer alan Büyük Göl 512 m²'lik alanıyla Türkiye'nin en büyük yeraltı gölüdür (Gürdal, 2005: 516). Diğer önemli mağaralar ise Seferyitiği Mağarası ve Kızılın Mağarasıdır. Seferyitiği mağarası İncirhan Kervansarayı'nın kuzeyinde yer almaktadır. Yeni keşfedilen bir mağaradır ve girişi son derece zordur. Sarkıt ve dikitleri bulunan eşsiz güzellikte bir mağaradır. Kızılın Mağarası ise Çatağıl Köyü sınırlarında bulunmaktadır. Bu mağarada da doğal sarkıt ve dikitler bulunduğu gibi mağaranın girişi de çok dar ve çöküntü kayalardan oluşmaktadır (Ongun vd., 2015: 108-109).

1.5.4.5. Burdur'da Tarım ve Çiftlik Turizmi

Tarım turizm yapılan bazı ulusal kalkınma programlarıyla kırsal kesimlerdeki kalkınmayı elde edebilmek için mevcut tarımsal ürünlere odaklı yapısından kurtarılıp tarımsal kültür pazarlamasını merkeze alan yeni bir yapıya dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmalarla ulusal kalkınmaya önemli bir desteği olabilecek tarım

turizmi daha verimli ve etkin bir şekilde kullanılan bir yapıya dönüştürülebilecek (Gündüz, 2004: 39).

Tarım turizmi geçmişten günümüze kadar geleneklerini hiç bozmadan devam ettirmeyi başarmış ve sade bir yaşama tarzına sahip olan köylüler ve yaşadıkları güzel doğal çevre içerisinde ziyaretçilerin tatillerini geçirmek için başvurdıkları bir turizm türüdür (Şerefoğlu, 2009: 28).

Eko turistlerin kırsal yörelere yaptıkları ziyaretlerde, kırsal yöredeki halkın doğal dokusuna uyarak hareket ettikleri, yöre halkının yaptığı üretim aşamalarına ve hasat zamanlarına kendi istekleriyle katıldıkları, bunu yaparken de yöre halkına, çok hassas onlar gibi davrandıkları bir eko turizm çeşididir. Bu eko turistik faaliyetlerde, üretim, hasat bu ikiliye katılım alanı olan tarla tarım turizmi olarak adlandırılırken köylerde çiftliklerde turistlerin katıldıkları etkinlikler ise çiftlik turizmi olarak adlandırılmaktadır (Güngör, 2017: 18).

Çiftlik turizmi ve tarım turizmi, kırsal turizmle ilişkili iki turizm türüdür. Bu turizm türleri ikisi de kırsallığı çağrıştırdığı için kırsal turizm yerine de kullanılmaktadır. Sonuç olarak kırsal, köy, tarım ve çiftlik turizmleri benzer amaca hizmet eden turizm çeşitleridir ve aralarında yok denecek kadar küçük farklılıklar vardır (Soykan, 1999: 68).

Burdur ilinde de bazı diğer illerde olduğu gibi çoğu köyünde tarımsal ve çiftliksel faaliyetler bir arada yapılmaktadır. Burdur ili tarım ve çiftlik yörelerini ziyarete gelen turistler, küçük ücretlerle konaklama ihtiyaçlarını TaTuTa'lar da karşılayabilmekte, bazıları ise tarla ve çiftliklerdeki gündelik işlere yardımcı olarak ücretsiz olarak konaklamadan faydalanabilmektedir. Arta kalan zamanlarında ise Sagalassos Antik kenti gibi bu bölgelerdeki turizm ile ilgili diğer alternatifleri de ziyaret edebilmektedirler (Ongun vd., 2015: 107).

Burdur ili sınırları içerisinde oldukça fazla miktarda çiftlik bulunmaktadır. Aynı zamanda turizm amacı ile açılmış çiftlikler de kurulmuştur. TaTuTa projesine Ağlasun ilçesinden tarım ve çiftlik turizmine yönelik varlığını sürdüren yedi adet çiftlik katılmıştır. Burdur ilinde Ağlasun dışında kalan diğer ilçelerinde tarım ve çiftlik turizmine katılmaları ilin ve ile bağlı ilçelerin gelişimi için büyük önem arz etmektedir. Bunlardan

en önemlisini Burdur Gölünün hemen yanında Karakent mahallesinde bulunan Lisinia oluşturmaktadır (Atayeter vd., 2013: 40).

Lisinia yerli ve yabancı çok sayıda turist ve gönüllü tarafından ziyaret edilen bir merkezdir. Bu bölgede uygulanan Lavanta Deresi projesiyle gelecekte çok daha büyük bir merkez haline gelecektir. Aynı zamanda tarımla bütünleşmiş yerel halka kırsal turizmden ekonomik katkı sağlaması beklenilmektedir (Ongun, 2017: 139).

Lisina da tarım aktiviteleri ve yaralı hayvanların bakımı yapılmaktadır. Burdur da kırsal bir yerleşkede konumlanmış ve eko turizm potansiyeli de oldukça fazladır. Bu merkezdeki etkinlikler Lisinia'ya gelenler tarafından gönüllülük esasına bağlı olarak yapılmaktadır (Ongun vd., 2017: 50). Bölgeye gelen turistler Ağlasun ilçesinin Mamak beldesindeki toprak kap üretimine katılabilmekte ve beldeye uğrayan turistler evlerdeki dokuma tezgahlarında dokunan halıları izlemekte bizzat uygulama şansıda bulabilmektedir. Aynı zamanda turistler bağbozumu faaliyetine katılabilmekte, Bucak ilçesinde bulunan İncirhan ve Susuz Kervansaraylarını gezebilmektedir (Ceylan, 2014: 240).

1.5.4.6. Burdur'da Yayla Turizmi

Yayla turizmi ülkemizde çok yaygın olarak yapılan eko turizm çeşitlerinden biridir. Doğal ve iklim koşullarından kaynaklanan, yazlık ve kışlık yaylacılık kültürü, günümüzde yazları yüksek yerlere yaylalara kışları ise daha sıcak bölgelere gidilerek yapılan, kültürümüzde önemli bir yeri olan faaliyettir. Yayla turizminde en önemli unsur doğayı ve sosyo kültürel yapıyı korumaktır. Yaylalarda teknolojiden uzak, doğa ile baş başa, temiz havası ve suyu ile doğayı dinlemek mümkündür. Geceleri yıldızları seyretmekte yayla turizmine katılan eko turistlerin önemli tercihlerindendir (Güngör, 2017: 9).

Ülkemizdeki yaylalar, tüm dünyanın giderek daha da birbirine benzemeye başladığı bu dönemde, geçmişe ışık tutan ve yaşandıkça önemi daha çok fark edilen; günümüz çağına göre kişiyi saran ve farklılıklar sunan yaylalardır. Yaylalar, bakir tabiatın kirlenmemiş havasıyla, berrak ve soğuk sularıya, yaz mevsiminin sıcağında bile serinliğiyle insanları koruyan, manzaralarıyla eşsiz görseller sunan, doğal ortamda yetişen hormonsuz gıda ve bitkileriyle insanları kurmaca hayattan uzaklaştırıp gerçek hayatın güzellikleriyle tanıştırır. Özellikle yüksekliği ile ünlü dağlarımız yaz aylarının

sıcaklığında insanların hoşça bir vakit geçirebileceği yurt içi ve yurt dışı ziyaretçilerinin büyük ilgi gösterdiği turizm çeşididir (Çelik, 2018: 202).

Burdur yaylaları, Karadeniz yaylalarının yapısal özellikleriyle benzerlikler göstermektedir. Yaz geldiğinde halk hayvanları ile beraber yaylara göçer ve kış yaklaştıkça geri dönüş yapar (Atayeter vd., 2013: 35).

Yükseklikleri 1200 ile 2200 metre arasında farklılıklar gösteren pekçok yayla bulunmaktadır. Yerel halkın genellikle Yörük olmasından dolayı, yayla geleneği özünden bir şey kaybetmeden devam etmektedir. Burdur yaylaları şunlardır:

- Ağlasun Akdağ Yaylası,
- Altınyayla Kırkpınar Yaylası,
- Bucak Kestel ve Kumar Yaylaları,
- Kemer Akpınar Yaylası,
- Gölhisar Koca Yayla ve Böğrüdelik Yaylası ile Yusufça Yaylası,
- Yeşilova Eşeler Yaylası,
- Merkez Aziziye Yaylası (Atayeter vd., 2013: 70-71).

Belirli aylarda bu yaylalarda farklı farklı festivallerin yapılmaktadır. Festivaller kültürel ve turizm açısından yöreye turist çekmekte bu sayede de hem yörenin reklamı yapılmakta hem de yöreye önemli ölçüde ekonomik gelir ve katkı sağlamaktadır (Ongun vd., 2015: 109).

1.5.4.7. Burdur'da Kamp ve Karavan Turizmi

Kampçılık; “karayolları seyahat yolları içerisinde kent yakınlarında deniz, dağ, doğal güzellik bakımından zengin bir potansiyele sahip olan yerlerde kurulan, kendi imkânlarıyla geceleme, yeme-içme, eğlence vb. gibi ihtiyaçlarını karşıladıkları karavan ve çadır gibi malzemelerle oluşturulan en az 30 üniteye sahip tesis yerleridir” şeklinde tanımlanabilir (Tanç, 2020: 7).

Ülkemizin doğal güzellikleri, iklimi, bu turizm türü için uygun bir zemin hazırlamaktadır. Ülkemiz hem yerli hem yabancı gezginler için beklentileri rahat şekilde karşılayabilecek potansiyele sahiptir. Bu bakımdan kamp ve karavan tatilcileri için doğa

ile iç içe ekonomik ve üst düzeyde bir tatil imkânı sunmaktadır. Böylelikle ülkemizin sahip olduğu potansiyelin hem geliştirilmesi hem de çoğaltılması için kamp ve karavan turizmi turizm açısından önemli etkinlikler arasında gösterilir (Dumanlı, vd., 2018).

Kamp ve karavan turizmi ülkemizde birçok bölgede yapılmaktadır. Ülkemiz doğal güzellikleri açısından bu turizme elverişli bir konumdadır. Burdur'da bulunan yaylalar, göller ve doğal güzelliklerde bu turizme elverişli bir yer özelliği taşımaktadır. Özellikle Salda ve Burdur gölleri, Kocayayla ve Akpınar yaylaları, yörenin kamp ve karavan turizmi için ilgi çeken yerleri arasındadır. Akpınar yaylası her yaz mevsiminde ziyaretçilerini ağırlamaktadır ve önemli bir potansiyele sahiptir (Berberoğlu ve Ertaş, 2013: 80).

Burdur gölleri ve yayları ile kamp ve karavan turizmi için oldukça uygun özellikleri il olarak bünyesinde bulundurmaktadır. Yapraklı ve Karacaören barajları ile Böğrüdelik yaylası kamp ve karavan turizmi için ilk akla gelenlerdendir (Yılmaz vd., 2019: 22).

1.5.4.8. Burdur'da Kuş Gözlemciliği Turizmi

Kuş türlerini doğal yaşam ortamlarında gözlemele amacıyla özel veya grup halinde yapılan işlemlere kuş gözlemciliği denilmektedir. Gözlemler farklı yollarla gerçekleştirilebilmektedir. Bunlar türlerine ve gözleme katılan kişilerin tecrübesine bazen çıplak gözle bazen de dürbün ve kara teleskopları ile gözlemlenmektedir. Kuşların seslerini dinlemekte gözlemle olarak değerlendirilmektedir. Kuş gözlemciliği fiziksel aktiviteye dayandığından gözlem sporu olarak tanımlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında kuş gözlemciliği eko turizm alt bileşeni olarak, yaban hayatı gözlemleri grubuna dâhil edilebilir (Sevindi, 2013: 64).

Kuş gözlemcileri yeterli olacak kadar gezinti yapınca veya seyahate çıktıkları yerlerde konaklama yapınca, kuş gözlemciliği de tecimsel bir hal almakta ve turizm için bir pazar durumu oluşmaktadır. Kuş gözlemcileri bilinçli ve zengin kişilerden oluşmaktadır. Hat ta, kuş gözlemcileri kuşları gözlemledikleri yerlerde yerli kılavuzları tercih ederler (Şekercioğlu, 2002: 287).

Kuş türü bakımından ülkemiz Avrupa kıtasının tamamına yakın çeşidi bünyesine bulundurmaktadır. Kuş gözlemi kuşları gözleyip, onlar hakkında fikir edinmenin yanın

da kuş seslerini de kaydetmek, çizimlerini yapmak, fotoğraflarını çekmek gibi birçok alanları da sizlere sunmaktadır. Ülkemiz kuşların geçiş yönü üzerinde olması nedeniyle ve çok sayıda sulak alana sahip olduğu için yüzlerce farklı kuş türüne ev sahipliği yapabilmektedir. Türkiye’deki kuş türlerinin sayısı Avrupa’daki kuş türlerinin toplam sayısına eşit seviyelerdedir (Sop, 2015: 543).

Burdur sulak alanları açısından zengin olduğu için kuş gözlemciliği yönünden önemli bir yere sahiptir. Burdur ili içerisinde bulunan Burdur Gölü, Yarıklı Gölü, Salda Gölü, Çorak Gölü ve Karataş Gölü kuş gözlemciliğinin yapıldığı başlıca alanlardır. Burdur Gölü’nün güneybatısında bulunan “Burdur Gölü Su Kuşları Yaban Hayatı Koruma Sahası”, başta flamingo, kuğu, angıt, sakarmeke gibi kuş türlerine ev sahipliği yapmakta ve bu alanda tespit edilen 85 kuş türü varlığını sürdürmektedir. Burdur Gölü özellikle dikkuş ördeklerinin barınma, beslenme ve üreme alanıdır. Aynı zamanda Burdur gölünün kuzeyinde ve doğusundaki kuş çeşitliliği doğa tutkunu olan kuş gözlemcilerinin ilgisini çekmektedir (Gürdal, 2005: 554).

Burdur’da en çok Burdur Gölünde Angıt, Bahri, Balaban Boz Ördek, Büyük Ak Balıkçıl, Büyük Karabaş, Martı, Çamurcun, Çamurçulluğu, Çulluk, Dikkuyruk, Elmabaş Patka, Fiyu, Flamingo, Gri Balıkçıl, Gümüş Martı, Gümüş Yağmurcun, Kara Boyunlu Batağan, Karabaş Martı, Kaşıkaga, Kervançulluğu, Kılkuş, Kızılacak, Kızkuşu, Küçük Ak Balıkçıl, Küçük Batağan, Ötücü Kuğu, Sakarca, Sakarmeke, Su Çulluğu, Suna, Van Gölü Martısı, Yeşil Döğükçün, Yeşilbaş kuş türleri olmak üzere 33 kuş türü bulunurken, en az kuş türüne sahip Salda Gölünde Elmabaş, Patka, Sakarmeke kuş türleri bulunmakta ve kuş gözlemcileri tarafından gözlenebilmektedir (Ongun vd., 2015: 110).

1.5.4.9. Burdur’da Mağara Turizmi

Tarih öncesinden itibaren, insanların aktivitelerinde ve sosyo-kültürel gelişimleri açısından en iyi ortamı oluşturan, insanın sürünerek veya yürüyerek olacak şekilde girebilmesine imkân tanıyan genişliği ve yüksekliği olan yer altlarındaki boşluklarına mağara denilmektedir. Başka bir deyişle mağara; düşeyde ve yatayda gelişmiş, zor bir plan yapısına sahip ve insanların girilebileceği seviyede olup kilometrelerce uzayabilen, çoğunlukla karstik yapılara sahip yer altındaki boşluklardır (Erinç, 1971: 78).

Mağaracılık, mağaraların incelenmesi ve araştırılması için yapılan aynı zaman da doğa ile iç içe olan bilim dalı “speleoloji” ve araştırmacıların ise “speleolojist” olarak

adlandırılan bir doğa sporudur. İnsanlar turizm etkinliklerini seçerken özel ilgi alanlarına göre alternatif turizmin çeşitlendirilmesin de rol oynamaktadırlar. Bu kişiler mağara ve mağaracılığa ilgi duyan ve bu etkinliği icra eden kişiler olarak görülmektedirler (Atsan ve Çetinsöz 2019: 261-262).

İnsuyu Mağrası Mandıra köyü sınırları içinde olup, Burdur ve Antalya karayolunun km. yoldan yaklaşık olarak 900 m. Doğuda bulunmaktadır (Kilinç ve Kilinç, 2019: 250). Burdur ile Antalya karayolunun güneydoğusu yönünde ve Batı Toros Dağları'nın Göller Bölgesindedir. Deniz seviyesinden 1200 metre yükseklikte ve şehir merkezine tam olarak 13 km mesafededir. Ülkemizde turizm amaçlı kullanıma açılan ilk mağaradır. Karstik yapıların 10-15 bin yılda suyun etkisi ile oluşmuş ve içerisinde sarkıt, dikit sütunların bulunmasının yanında dokuz adet gölcük yer almaktadır. İçerisinde yer alan "Büyük Göl" olarak adlandırılan göl 512 m²'lik sahasıyla ülkemizin en büyük yeraltı gölüdür (Gürdal, 2005: 554). İnsuyu Mağarası Burdur ilinde doğa harikası olarak kırsal turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Akça, 2005: 516).

1.5.4.10. Burdur'da Kırsal Turizm

Kırsal turizm, "İnsanların sürekli olarak bulundukları yerler dışındaki kırsal bölgelere seyahat, ziyaretleri ve buralarda tarım üreticilerin üretim yaptığı mal ve sunumları mesken olarak yöreye özgün yerlerde isteyerek ve bölgede para artırma heveslerini minimize ederek geçici olarak konaklamalardan gelişen durumlar ve alakaların tümü" olarak açıklanabilmektedir (Küçükaltan, 1997: 212).

Kırsal turizm; kırsal kültürle, doğal çevreyle, tarımla ve diğer turizm çeşitleriyle de kolayca bütünleşen bir turizm çeşididir. Böylelikle farklı yerli, milli ve milletler arası teşebbüsler de içeriğini çoğaltan kırsal turizm, dünyada birçok farklı ülkede insanları tatil amaçlı kırsal bölgelere çekebilmektedir (Soykan, 1999: 43).

Kırsal turizmde amaç, köylerde, çiftliklerde konaklama yapmak, bu alanlarda katkısız yetiştirilen çilek, kiraz, kavun, karpuz vb. meyve ve sebzelerin lezzetini alabilmektir. Doğada yürüyüşler yapmak, piknik yapmak, balık tutmak, futbol, tenis, voleybol, basketbol oynamak, köy ortamındaki besinlerle kahvaltı etmek, reçel yapmak, ekmek pişirmek; birçok farklı el sanatlarını ve yöresel ev işlerini öğrenmektir (Morgül, 2006: 6).

Günümüzde betonlaşan şehir yaşantısından ayrılma arzusu, gürültü, stres, alaka ve heves gibi faktörler bireyleri rahat olacağı doğa ile iç içe durgun meskenlere yönlendirmiştir. Tabiat içinde ki naturel yerlere yönelik olan bu yönelim kırsal turizm kavramını gün yüzüne çıkarmıştır. Kırsal turizm kırsal bölgelere gidip oralarda konaklayarak o insanların kültürünü tanıma oraya özgü etkinlikleri görme amacıyla gerçekleştirilen bir turizm çeşididir. Kitle turizmine karşı bir reaksiyon olarak gelişim sağlayan kırsal turizm, doğal çevreyi koruyan ve diğer turizm türleriyle uyumlu olarak onları tamamlayan konumda bulunup kırsal bölgelere uyumlu turizm çeşidi olarak görülmektedir (Soykan, 1999: 68).

Burdur ili Akdeniz bölgesinin en zengin kırsal turizm potansiyeline sahip illerden bir tanesidir. Aynı zamanda Teke yöresinin kültürel merkezi sayılan Burdur ili hem kültürel hem doğal kaynaklar bakımından oldukça önemli bir konumdadır. Kış mevsiminde özellikle, Eşeler Dağında kayak yapmaya, yaz mevsiminde ise Salda, Burdur, Gölhisar vb. gibi yerler yüzme, su sporları gibi faaliyetleri yapmaya elverişli yerlerdir (Ongun vd., 2015: 105).

Burdurun kırsal turizm potansiyeli içerisinde; yaylalar, mağaralar, yörük yaşantısının farklı sosyo-kültürel değerleri, yemek kültürü, el sanatları, hayvanları ve endemik bitki örtüsü, tarihi ve İpek Yolunun üzerinden geçmesi gibi birçok önemli unsur bulunmaktadır (Akça, 2005: 516).

Burdurun, Ağlasun ilçesinin Yeşilbaşköy'ü doğal güzelliğinin yanında Burdur-Isparta-Antalya illerine ve çevredeki diğer alternatif turizm türlerine de yakın olduğu için kırsal turizm açısından zengindir. Aynı bölgede bulunan Sagalassos Yaylakent evleri, tarihi Yeşilbaşköy Su Değirmeninin yanı sıra Ağlasun ilçe sınırlarının içinde yer alan TaTuTa çiftliğinin de Burdurun kırsal turizminde önemli bir yeri vardır. Ağlasun ilçesinde 54 odalı ve 108 yataklı otelin müşterileri orta yaşın üzerindeki Fransız ve Belçikalılar oluşturmaktadır. Otelin bahçesindeki organik sebze bahçesinden toplanan ürünler müşterilere sunulmaktadır (Ongun ve Gövdere 2014: 53).

Yeşilova ilçesi turizmin gelişebilmesi için gerekli olan çoğu önemli şartları sağlamaktadır. Yeşilova doğal zenginliklerinin yanında tarihi ve kültürel zenginliklere sahiptir. Türkiye'nin en temiz gölüne sahiptir. Bunun yanında ilçede göl manzaralı bir kayak merkezinde bulunmaktadır. Kayak merkezinde kışın kayak, ilkbaharda yürüyüş,

sonbahar ve yaz aylarında ise tarım turizmi yapılabilmektedir. Yeşilova ilçesi doğal güzelliklerinin yanı sıra tarihiyle, kültürüyle, yöreye has iklimi ve tarımsal etkinlikleriyle kırsal turizm açısından avantaj sağlamaktadır (Ongun vd., 2016: 82-83).

1.5.4.11. Burdur’da Kış Turizmi

Kış turizmi, karlı alanlarda gerçekleşen ve kış sporu faaliyetlerini de içine alan konaklamaları ve diğer hizmetleri kapsayan turizm türüdür (Tür, 2018: 12).

Kış turizmi, yükseltisi belirli bir seviyenin üzerinde olan dağlarda, kış sporları faaliyetlerine uygun zemine sahip olan tesislere yapılan seyahatler ile birlikte, gezme, dinlenme aynı zamanda konaklama etkinliklerini de içine alan faaliyetlerin bütünüdür. (İlban ve Kaşlı, 2008: 79).

İnsanlar yoğun geçen günleri, zorlu iş koşulları ve diğer zorlu sebeplerden dolayı stresli günler geçirmektedir. Kış turizmi insanları bu zorlu ve sıkıntılı yaşamdan bir nebze uzaklaştırmak için bulunduğu ortamdan ayrılarak onları temiz bir doğa ve bol oksijen olan yüksek dağlara çekmektedir. Aynı zamanda spor etkinliklerine katılmasını sağlayarak güzel vakit geçirmesini sağlamaktadır. Kış sezonun başlaması ile gelen yerli ve yabancı turistlerle birlikte kış turizmi hem ülke ekonomisine katkı sağlar, hem de gerçekleşen destinasyonlara önemli bir gelir kapısı olmaktadır. Destinasyondaki turizm faaliyetleri ile birlikte yapılan turizm harcamalarının çoğu yerel halka da gelir getirmektedir. Bu kapsamda turizmin yalnızca yaz aylarında değil kış aylarında da gelir getirmesi ve bölgenin ekonomisine katkı sağlaması oldukça önemlidir (İlban ve Kaşlı, 2008: 78-79).

Burdurun kış sporları merkezi Salda Kayak Merkezidir. Kayak merkezi konum bakımından Burdur iline 72 km, Yeşilova ilçesine 12 km, Antalya şehir merkezine 154 km, Denizli Çardak Havalimanı’na 57 km ve Süleyman Demirel Havalimanına 97 km uzaklıkta bulunmaktadır. Bu merkezlere yakın olmasından dolayı Salda Kayak Merkezi, önemini artırmaktadır. Kayak merkezine gelenler hem kayak ve kış sporları yapmakta hem de Salda Gölü’nün maviliğinden büyülenmektedir. Kayak merkezinde 5 pist bulunmaktadır. Bunların en uzununu 1600 en kısası ise 950 metredir. 860 metre uzunluğunda telesiyej hattı bulunmaktadır. Tesiste 1 snowtrack, 2 kar motoru, kayak ve elbise kiralanabilecek bir kafede yer almaktadır. Tınaztepe kar yürüyüş (Snowshoeing) alanları da bulunmaktadır (Kilinc ve Kilinc, 2019: 254).

1.5.4.12. Burdur’da Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi; Temeli özel bir yemek çeşidini tatmak ve yapılma sürecini seyretmek için, yiyecek üreticilerini, festivalleri, aşevlerini ve özel yerleri ziyaret etmektir. Özel yemekleri yemek, yemeklerin üretim kademelerini görmek için, tanınmış bir şefin hazırladığı yemeği yemek bu boyutu içine almaktadır. Bir yörenin tatları o bölgeyi seçen bireylerin tercihinde ve turistlerin yaşadığı tecrübeler üstünde büyük ölçüde etkilidir (Sarışık ve Özbay, 2015: 265).

Gastronomi turizminin temelinde tarım, kültür, turizm yatar. Bu üç bileşen, gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve tecrübe olarak pazarlanmasına ve pozisyonun belirlenmesine de mümkün kılar. Bu faktörler gastronomi turizminin altında bütünleşirler. Yemek bir toplumun kendisini tanımlaması ve gündelik hayatını tabir etme şeklidir. Kültür ise, gastronomi turizminin ciddi bir parçası halindedir. Mutfak kültürünü tanımak birçok turisti destinasyonlara çeker, son zamanlarda birçok kişi bu amaçla seyahat etmektedir. Destinasyonlar sahip olduğu mutfak kültürü ile turistleri kendilerine çekmekte, niş pazar olarak bu alanları kullanmaktadırlar. Mutfak kültürü, alanın kültürel karakterini bünyesinde bulundurduğu için destinasyonlar uluslararası konumda geliştirilebilmektedir. Böylelikle bölgesel konumda turizm pazarını temsil eder ve bölgelere rekabetçi üstünlük sağlamaktadır (Koçoğlu, 2019: 369).

Turizmin en önemli unsurlarından bir tanesi de yemek kültürüdür. Turistler geldikleri ülkelerin yemeklerini tanımamaktadır. Bu bağlamda turistlere değişik aktivitelerle sunulmaktadır. Burdur’un şiş köfte ve ceviz ezmesi olmak üzere iki tane gastronomi ürünü ön plandadır (İnanır vd., 2015: 334).

Burdur mutfağı ile ilgili yapılan çalışmalar kısıtlı sayıdadır. Çoğu internet kaynağı olduğu için güvenilirliği tartışılmaktadır. Yerel mutfak ile ilgili bilgilere bakılacak olursa, Burdur Şiş, Kabak Helvası, Ceviz Helvası, Ceviz Ezmesi, Burdur Muhallebisi, Gazel Böreği, Testi Kebabı gibi çeşitlerin yöreye özel tatlar olarak sayılabilmektedir. Burdur’a özel yöresel lezzetler gruplandırma yapılacak olursa “çorbalar; et çeşitleri, kebaplar ve köfteler; pilavlar, makarnalar, dolma ve sarmalar; hamur işleri, börekler ve ekmekler; tatlılar; kompostolar, pestiller ve şerbetler; reçeller; turşular; süt ve süt ürünlerinden yapılan yiyecekler; çerez türü yiyecekler” olarak sayılabilir. Yöreye özel yiyecekler arasında anonim yiyeceklerde bulunmaktadır, bunlar arasında sayabileceğimiz un helvası,

yedi çeşit turşu, yirmiye yakın süt ve süt ürünü, on tür çerez çeşidi yiyecekler arasında sayılabilir. Bir diğer kaynağa göre ise burdur şiş, ceviz ezme, çanak ekmeği, çekme eti, gazel böreği, haşhaş helvası, kabak helvası, peynirli pide, pirinç çorbası, sülük aşısı ve testi kebabı sıralanmaktadır (Kilinç ve Kilinç, 2019: 256).

Burdur Şiş: Adana ve Urfa yörelerinde pişirilen şişlerle benzerlik göstermesinin yanında ince şişlerde yapılması ile farklılık gösteren Burdur şişin eti de diğer etlerden farklıdır. Eti kaburganın yatağından alınır ve kıyma haline getirilir. Çekilme işlemi yapılırken içerisine bir miktar kuyruk yağda eklenir ve tuz ile yoğrulduktan sonra iki kez çekilme işlemi yapılır. Çekilme işlemi bittikten sonra et yarım saat dinlenmeye bırakılır daha sonra ceviz büyüklüğünde parçacıklar kopartılır şiş üzerine su ile ısıtılarak mangalda pişirilmeye bırakılır (Özmen, 2019: 4-7).

Eski yıllardan beri sadece Burdur ilinde yapılmakta ve Burdur'a özgü bir yiyecektir. Burdur şişin ana maddesini et oluşturmaktadır. Burdur şişi lezzetli yapan dağ bitkileri olan kekik ve çalı gibi besinlerle beslenen keçi eti ve beyaz buğday unundan elde edilen ince pidedir (Kılıçarslan ve Kocabulut, 2019: 115-116).

Göhlisar Yaprak Kavurması: Kavurma işlemi özellikle Orta Asya ülkelerinde oldukça yaygın olarak kullanılan pişirme işlemlerinden biridir. Kavurma özellikle eti muhafaza etmek için kullanılırdı. İşlem aşamasında etler küçük parçalar halinde kesilir, etin yağları ayrılır ve yağları ile pişirilirdi. Sonra önceden hazırlanan küplerin içine doldurularak saklanırdı. Bu işleme kavurma işlemi denilmektedir (Uluer Saygın ve İlban, 2019: 2946).

Teke yöresinde Göhlisar kavurması adı ile de bilinmektedir. Eti kuyruk yağlarından oluşur, küçükbaş hayvanların kuyrukları küp gibi doğranarak küçük şekilde kesilir, daha sonra et dinlendirilir ve sinirlerinden ayrılarak yaprak kıvamı haline getirilerek doğranır. Ocak üzerinde saç konularak ilk önce yağlar atılıp erimeye bırakılır, yağlar eridikten sonra etlere eklenir ve kaşık yardımıyla çevrilerek pişirilir. Etin pişmesine yakın bir miktar tuz atılıp, soğan ve domates eklenerek hazır hale gelmektedir (Kilinç ve Kilinç, 2019: 257).

Burdur Ceviz Ezmesi: Ceviz ezmesi uzun yıllar boyunca yöre halkının evde yaptığı bir tatlı iken son zamanlarda ticari amaçlı olarak da üretimi sağlanmış ve satılmaya başlanmıştır. Bölge halkının bilinen en ünlü tatlısı olarak söylenebilir. Evde üretilen ceviz

ezmesinde kullanılan içerikte us, şeker, irmik ve undan ayrı bir katkı maddesi yoktur. Ölçü olarak yaklaşık İki su bardağını dolduracak şekilde şeker ve bir su bardağına yakın su katılarak kaynamaya bırakılır, şurubunun kıvamını tutturabilmek için cam bir kavanoza damlatılma yapılır ve cam üzerinde akmadan durması gerekmektedir. Şurup akarsa kaynatılmaya devam edilmelidir. Daha sonra iki bardak ince irmik ve iki bardak ceviz içi harmanlanır ve birleştirilir. Kaynamaya devam eden şeker grubuna ceviz harmanlanan ceviz içi ve irmik yavaş yavaş ilave edilir. İşlem tamamlandıktan sonra ocaktan alınır ve hazırlanan üzerinde kuru irmik ve un serpiştirilmiş tepsi üzerine bırakılır. Üzerine daha önceden dövülmüş şeker ve pudra şekeri serpiştirilerek merdane yardımıyla üst kısmı düzleştirilir. Soğumaya bırakıldıktan sonra küçük dilimler halinde kesilerek servise hazır hale getirilir (Kilinç vd., 2017: 97).

Ceviz ezmesi ülkemiz genelinde sevilen ve bilinen Burdur'un yöresel ürünü olarak kabul edilen bir üründür. Sektörel açıdan tatlı ve şekerleme de yeni ürün gamı oluşturabilir ve ulusal bir marka olabilir (Köksal, 2014: 159).

Çömlek Kebabı: İnsanlık için önemli buluşlardan biri de kilden yapılan çömleklerdir. Çömleğin bulunmasıyla birlikte pişirilme işlemlerinde de birçok değişiklikler meydana geldi. Yemek pişirme işleminde adeta devrim yaratan çanak ve çömlekler günümüzde çok farklı ülkede ve Anadolu coğrafyasında özel tatların pişirilme işleminde kullanılmaktadır (Gürsoy, 2016: 16).

Bölgede bağ bozumu zamanında iki kulplu ağız tarafı geniş çömleklerde pişirilme işlemi olan bir yemek türü olarak söylenebilir. Bağ evlerinde pekmez kaynatmak için yakılan ateşten oluşan küllere içerisine malzemesi doldurulmuş testinin ağız kısmına üzüm yaprakları ve un hamuru ile kapatılması ile pişirilme işlemi gerçekleştirilir. Artık pekmez testisi ve kül gibi malzemelere erişmek zaman aldığı için, güveç tenceresinde ve taş fırınlarda pişirilme işlemi gerçekleştirilmektedir (Kilinç, ve Kilinç, 2019: 258-259).

Kabak Helvası: Tatlılar Türk Mutfağında her zaman öncelikli yerlere sahip olmuşlardır. Her yöreye özel hamur tatlıları, kuru meyve ve sebze tatlıları, sütlü tatlıları ile Türk mutfağı oldukça zengin bir mutfak kültürüne sahiptir (Alyakut, 2020: 380).

Yörede sakız kabağının olgunlaşma süresi bittikten sonra kartlaşınca kadar yetiştirilmesi ve bir tanesinin 4-5 kg civarında olacak şekilde büyütülmesinden sonra tohumluk hale gelinceye kadar kesilme işlemi yapılmaz. Üretimi yapılırken olgunlaşmış

sakız kabakları parçalar ayrılır ve kabukları soyulduktan sonra çekirdekleri temizlenir. Rendeleme işlemi yapılır, işlemde geçen kabaklar yıkandıktan sonra süzülür. İki ölçü kabak rendesine bir ölçek şeker atılarak dinlendirilmesi sağlanır. Şekerin erimesi sonucunda oluşan karışım pişirilme işlemi başlar. Pişirilme işleminde suyun yarısı çekilir ve altın sarısı renk alana kadar karıştırılarak pişirilir. Soğuma işlemi yapıldıktan sonra üzerine badem tanecikleri eklenerek servise hazır hale gelmiş olur (Kilinç vd., 2017: 98).

Haşgeş (Haşhaş) Helvası: Ülkemizde haşhaş bitkisel olarak ilaç sanayinde kullanılırken yiyecek içinde oldukça fazla kullanılan ürünler arasındadır. Anadolu genelinde çörek ve ekmeğin üzerine serpilirken helva ve dolma gibi yiyeceklerinde içerisine katılmaktadır. Anadolu da haşhaş üretimi yapılan yerlerde özellikle Burdur İlinde haşhaş helvasında kullanılmaktadır (Kozak ve Korkmaz, 2008: 121).

Pişirilme işlemi 20 dakika civarında sürer ve iki ölçü pekmez kaynatılarak ağdalaşmaya başlayana kadar ateşte tutulur. Daha sonra iki ölçü haşhaş ağdaya katılarak tahta kaşıkla karıştırılma işlemi yapılır. Soğuma işlemi gerçekleşen karışımdan yumurta büyüklüğünde parçalar kopartılır. Kütük üzerine kavruluş un ve helva parçaları konur ve bu şekilde dövülme işlemi yapılır. Haşhaşlar bu şekilde iyice dövülür ve helva yumuşak kıvama gelene kadar dövme işlemi gerçekleşir. Kıvama geldiği zaman ceviz eklenir servise hazır hale gelmiş olacaktır (Kilinç ve Kilinç, 2019: 260).

1.5.4.13. Burdur’da Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi, 15-24 yaş arasındaki kişilerin ebeveynleri veya akrabaları olmadan turizm etkinliklerine katılım sağlamasına verilen isimdir (Kozak vd., 2015: 54).

Gençlerin turizme katılma istekleri diğer yaş grupları ile kıyaslama yapıldığında daha yüksek bir orandadır. Çünkü genç bireyler genel olarak, maceraya, heyecana, değişime açık bir kişiliği yansıtmaktadırlar. Turizme katılım sayısının giderek artış göstermesi ve buna paralel olarak ekonomik ve sosyal anlamda pozitif etkilerin git gide artması sebebiyle pek çok destinasyon için en baştaki hedefi gençler olduğunu belirtmektedir. Gençlerin turizme katkı göstermesinde pek çok sebep vardır, bunlardan en önemli sebepler ise; eğitim, gönüllü turizm etkinlikleri, eğitimden arda kalan boş vakitler ve yeni kültürleri tanıma arzusu olarak sınıflandırılabilir. Araştırmalarda bu eğilime yön değiştirmiş gençler, turizm araştırmalarının özünde yer almaya başlamıştır (Gülbahar, 2008: 165-169). Tüm bunlara ek olarak gençlerin ülkelerdeki ekonomik

problemler, politik istikrarsızlıklar ve hatta salgın hastalıklar söz konusu olduğu zaman bile seyahat planlarından vazgeçmeden turizm faaliyetlerine katılmaya hazır ve istekli olmalarının kanıtı olarak görülebilir. Bu vb. gibi nedenlerle gençlik turizmi gelecek vadeden etkinliklerden biri olarak öne çıkmaktadır. Böylelikle genç bireylerin henüz evliliğe adım atmaması ve daha özgür bir şekilde hareket edebilmeleri ayrıca çocuk bakma yükümlülüklerinin olmaması, kredi ödeme gibi yükümlülüklerle sahip olmaması, seyahat için ayrılacak sürelerinin bol olması onları turizm etkinliklerine katılmaya katılma ya istekli bir hale getirmektedir (Polat, 2017).

Gençlik Turizmi orta ve yaşlı gruptan ayrı olarak daha çok genç kişilerin turizm faaliyetlerine katılım sağlaması ve benliklerini ileri seviyeye taşımaları için önemli bir etken unsuru olarak görülmektedir. Burdur ilinin iklimi, güzelliği ve doğallığı yörenin gençlik turizmi açısından ilgi çeken bir yer olduğunu bizlere göstermektedir. İl’de bulunan göller başta olmak üzere; Salda kayak merkezi, Karacaören barajı, Böğrüdelik yaylası, Akpınar yaylası, Eşeler yaylası gibi alanlar spor ve diğer aktivitelere (izcilik, kürek, kayak, yamaç paraşütü, trekking, gençlik kampları vb.) yerlerinde bu turizm için planlanması ve alt yapı çalışmasının fazlaştırılması gerekmektedir (Berberoğlu ve Ertaş, 2013: 80-81).

1.5.4.14. Burdur’da Göl Turizmi

Turizm faaliyetlerinde suya ve su kaynaklarına olan ilgi sadece deniz ile sınırlandırılmamış göllere de aynı ilgi ve talep gösterilmiştir. Deniz turizminde yapılan yüzme, yelken, sörf, kano vb. gibi faaliyetlerin tümü göllerde de yapılabilmektedir. Göl turizminin avantajlarından birisi de çevresinin sessiz sakin ve seyrek nüfustan oluşması, bu yerlerin çekiciliğini artırmasına sebep olmaktadır. Aynı zamanda göl turizmi kırsal alanlarda yapılan kırsal turizm ve eko turizm gibi turizm faaliyetlerini de ziyaretçilerine sunabilme avantajına sahiptir (Soykan, 1999).

Göllerde turizm amaçlı yat turları, plaj ve yelkenli etkinlikleri, su altı gözlemciliği vb. turistik amaçlı birçok faaliyet yapılmaktadır. Aynı zamanda göllerden rekreasyon ve peyzaj gibi çok amaçlı işlevler için yararlanılabilmektedir (Doğan ve Yıldız, 2007: 160).

Göl turizmi bireysel veya grup halinde yapılabilmektedir. Deniz turizminde daha çok belirgin olarak kitle turizmi görülmektedir. Göl turizminin hem bireysel hem de kitlesel olarak yapılabilmesi önemli bir avantajdır. Göllerin zengin fauna ve flora sahip

olması, çevresinde bisiklet sürme, piknik, kamping vb. gibi faaliyetlerinde yapılabilmesi göl turizmine olan ilgiyi artırmaktadır (Doğaner, 2001: 81).

Burdur ilinde birden çok sulak alan bulunmaktadır. Bunların en önemlilerinden ikisini Burdur gölü ve Salda Gölü oluşturmaktadır. Kuş varlığı bakımından en önemli göller arasında bulunan Burdur Gölü toplamda yıl içerisinde 100 bin den fazla kuşu misafir etmektedir. Bugüne kadar 276 farklı kuş türü Burdur Gölü ve çevresinde kayıt altına alınmıştır. Göl birçok kuşu misafir ettiği için, göl ve çevresinde özellikle kuş gözlemciliği turizmi yaygınlaşmıştır. Yine göl turizminden bahsedilecek olursa Burdur ili Yeşilova ilçesinde bulunan Salda Gölü önemli turizm yerlerinden biri haline gelmiştir (Berberoğlu ve Ertaş, 2013: 83-97).

Son zamanlarda özellikle Salda Gölü ve çevresinin göl turizminde etkili olduğu görülmektedir. Yeşilova ilçesine 4km uzaklıkta olan bu göl Türkiye'nin en derin ve en temiz gölleri arasındadır. Gerek suyunun berraklığı, tahrip edilmemiş doğal görünümü, temiz plajları ile Salda Gölü önemli turizm yerlerinden birisi olmayı başarmıştır. Göl yakınında bulunan mesire ve kamp alanları ile de çekiciliğini artırmaktadır (Temurçin vd., 2019: 45).

Burdur Gölü: Burdur Gölü, şehir merkezinin kuzeybatı kısmına doğru uzanan tektonik bir göldür. Göl suları tuzlu ve acıdır. Göl sularını yağmur suları, akarsular ve yeraltı suları beslemektedir. Gölün kuzey ve güney kısmını alüvyonların birikimiyle oluşan sazlıklarla kaplı deltalar oluşturmaktadır. Göl etrafında ağırlıklı olarak tarımcılık yapılmaktadır. Bunun yanında gül, anason üretimi ve meyvecilik faaliyetleri de günden güne artış göstermektedir (Çetin vd., 2013: 55-56).

Burdur gölünün deniz seviyesinden yüksekliği 845 m'dir. Bölgedeki kuraklık başlamadan önce gölün uzunluğu 30 km, genişliği ise 8 km kadardı. Gölün aktüel alanı yaklaşık olarak 190-200 km² civarındadır. Burdur gölünün ortalama derinliği ise 5-6 m kadardır (Kızıroğlu vd., 1995: 40).

Burdur Gölü üzerine 20.000 aşkın su kuşunun sürekli olarak konaklaması ve dünya üzerinde soyu tükenmekte olan dikkuyruk ördeğinin gölü kışlak olarak kullanması ve endemik bir balık çeşidi olarak zooplankton türünü barındırması nedeniyle uluslararası düzeyde önemli bir yere sahiptir. Göl ülkemizde bulunan 135 sulak alandan birisi olup, 90'lı yıllarda Ramsar Sözleşmesine eklenmiştir. Göl üzerinde endemik olarak tek nokta

endemiği olarak sadece bu göl üzerinde de yaşayan *Aphanius sureyanus*'un (Burdur yosun balığı) ve yine endemik olan *Arctodiptomus burduricus* zooplankton çeşidinin bu göl içerisinde yaşaması, gölün faunası önemli hale getirmektedir (Kilinç ve Kilinç. 2019: 248).

Salda Gölü: Burdur il merkezine 60 km uzaklıkta yer alıp, konum olarak Burdur ilinin batısında ve Yeşilova ilçesine 4 km uzaklıkta yer almaktadır. Ülkemizin en derin göllerinden birisi olup aynı zamanda en temiz göllerinden bir tanesidir. Maldiv Adalarına benzerliği ile bilinin Salda Gölü Burdur ilinin ve ülkemizin en değerli gölleri arasındadır. Gezginler tarafından son zamanlarda gözde bir yer halinde ve muhteşem turkuaz tonu, bembeyaz kumsalları ile farklılığını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda Mars gezegeninin kaya yapısı ile benzer özellikler taşıyan dünyadaki iki alandan birisidir. Salda Gölü ve çevresi kamp, kuş gözlemciliği, su altı dalış, yelken, yüzme vb. gibi faaliyetleri bünyesinde bulundurması birçok ziyaretçi için bir çekim unsuru haline gelmiştir (Berberoğlu ve Ertaş, 2013: 83).

2007 yılında yayınlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te Burdur ili, Isparta, Afyon ve Konya illeri ile birlikte Göller Bölgesi, Eko turizm Gelişim Bölgesine eklenmişlerdir. Bu kapsamda Salda Gölü ve çevresinin turizm potansiyeli Türkiye'nin 2023 turizm stratejisi açısından önem arz eden bir konumdur. Salda Gölü kırsal bölgelerde turizmin gelişmesi için aranan şartların çoğunu sağlamakla birlikte, ulaşılabilirliği, berrak suları ile çekiciliği ve bölgede yaşayan yerel halkın turizme karşı istekli olması bölgenin turizm faaliyetlerine önemli katkı sağlamaktadır. Son zamanlarda Salda Gölü'nün güzelliklerinin çeşitleri kanallarla göz önüne getirilmesi bilinilirliğini artırmıştır. Özellikle yaz aylarında ve hafta sonu etkinliklerinde yurt içinden ve yurt dışından gelen birçok ziyaretçi plajları ve mesire alanlarını doldurmuşlardır. Gezginlerin ve sosyal medyada yapılan tanıtımlar ile birlikte de günden güne ziyaretçi sayısını artırmaktadır (Temurçin ve Tozkoporan 2020: 100).

Yarışlı Gölü: Burdurun 10 numaralı göller havzasının, Sazak köyü çevresinde olan Yarışlı Gölü'nün maksimum su seviyesi: 915,81 m iken minimum su seviyesi: 912,21 m'dir. Maksimum su seviyesi hacmi 78,60 hm³ iken minimum su seviyesi hacmi ise 17,00 hm³'tür. Gölün yağış alanı 302,90 km²'dir ve ortalama derinliği de 3 ile 4 metre

arasındadır. Göl kendi yağış havzası ile beslenmekte ve gölden turizm amaçlı faydalanılmaktadır (Kaya ve Aşıkkutlu, 2019: 18).

Burdur ilinin doğal sulak alanları arasında Yarışlı gölü birçok kuş türüne ev sahipliği yaparken, özellikle flamingo türü için kuş gözlem noktaları da bulunmaktadır (Arslan, 2019: 338).

Göhlisar Gölü: Göhlisar gölü ötrofik karakterli bir göl özelliğine sahiptir. Gölün derin olmayan kısımları zengin vejetasyon içerir. Göl içersinde sazlıkların dışında birçok bitki türünün yaşadığı bilinmektedir. Aynı zamanda bu göl eğitim amaçlıda kullanılabilir (Özçelik vd., 2014: 25).

Burdurun 08 nolu Batı Akdeniz havzasının Göhlisar ilçesinin sınırları içerisinde yer almaktadır. Gölün maksimum su seviyesi 944,83 m iken minimum su seviyesi 940,20 m'dir. Maksimum su seviyesi hacmi 18,06 hm³ iken minimum su seviyesi hacmi ise 0,66 hm³'tür. Gölün yağış alanı 72,0 km²'dir ve ortalama derinliği de 4 metredir. Göl kendi yağış havzası ile beslenmekte ve gölden turizm ve sulama amaçlı faydalanılmaktadır (Uzun vd., 2001: 192-194).

1.5.4.15. Burdur'da Yaban Hayatı Gözlemciliği Turizmi

Türkiye'de yaban hayatı gözleme ve buna bağlı olarak çalışmalar 1960 yılından günümüze düzenli bir şekilde yapılmıştır. Yaban keçisi ve çengel boynuzlu dağ keçisi üzerinde çalışmalar yapılmış. Son dönemde ise boz ayı, kızıl geyik, karaca ve yaban domuzuna yoğunlaştırılmıştır (Özkazanç, 2018: 628).

Yaban hayatı gözlemi için birçok araştırma yapılmış ve çeşitli gözlem yöntemleri ile araştırmalar desteklenmiştir. Hedef türlere ve araştırma yönteminin amacına uygun seçilen gözlem yöntemleri şunlardır;

1. Nokta sayımı: Direk gözlem yöntemidir. Arazinin görüşü en iyi olan noktasından görüş alanına giren tür belirlenmiş zaman dilimi içerisinde sayılmıştır. Bu sayım yöntemi Türkiye'de tür olarak yaban keçisi için oldukça sık kullanılan bir yöntem.
2. Hat (mesafe) sayımı: Daha önceden belirlenen hat üzerinde araçla ve ya araçsız hattın sağ kolunda ve ya sol kolunda kalan, hedefte ki türlerin gözlem açısının ölçüldüğü yöntemdir.

3. İşaretleme – Yakalama: Bilinen türlerin belirlenmiş zaman içinde hangi oranda ne kadar yakalandıklarını veya görüldüklerini ölçen yöntem.
4. Foto kapan: 20 yıllık bir süre zarfında gelişmiştir. Foto kapan teknolojisine ve istatistiksel analizlere bağlı bir yöntemdir.
5. Hat (şerit) sayımı: Mesafe açısından zorluk çıkartmayacak yerlere daha önceden belirlenmiş bir hat üzerinde yürüyerek ya da araç ile giderken gözle görülen bütün türlerin belirlenerek kayıt altına alınmasıdır.
6. Sürek (süpürme): Bir başka deyişle sürek avı olarak ta söylenebilir. Süreciler belirli bir noktada alanı kat ederler ve sayımı gerçekleştirecek olan kişilere doğru yaban hayvanlarını sürerler. Bu yöntem ile hayvanların sayımı yapılır.
7. Dışkı grubu sayımı: Bu yöntem daha çok hedef alınan türün dışkısının temizlenmesine dayanmaktadır. Hedef türün dışkısı temizlenir, belirlenen bir zaman içerisinde temizlenen alan yeniden kontrol edilir ve türün yapmış olduğu yeni dışkılar sayılır. Türün günlük dışkılama miktarının sayılması ile popülasyon tahmini daha basit olmaktadır (Özkazanç: 2018: 628).

Burdur'da 2006 yılı içerisinde Doğa Tabanlı Yaban Hayatı Koruma ve Rehabilitasyon Merkezi (Lisinia Doğa) isimli bir köy Karakent Köyünde kurularak aktif hale getirilmiştir (Akova, 2013: 51).

Bu rehabilitasyon merkezi köyünde yaralı durumda ve yardıma muhtaç yaban hayvanları iyileştirilmekte ve tekrar doğaya uyum sağlayabilecek konuma geldikten sonra kendi doğal alanlarına tekrardan bırakılmaktadırlar. Aynı zamanda burada tarımsal ürünlerde doğal bir şekilde yetiştirmekte ve üretilen, tüketilen her şey doğal olduğu için sağlıklıdır. Lisinia Doğa köyündeki çalışmalar yerli turistin dikkatini çektiği gibi yurtdışından gelen turistlerinden de büyük ilgi görmektedir. Lisinia Doğa Merkezini son 3 yıl içerisinde 45 bine yaklaşan ziyaretçi yurt içinden ve yurt dışından ziyaret etmiştir. Tabiata ve yaban hayatına gösterilen saygı bu tip yerlerin ilerlemesine ve gelişimine de fayda sağlamaktadır (Ongun vd., 2015: 107).

İKİNCİ BÖLÜM

ALGI KAVRAMI

2.1. Algı Kavramı

Algı, araştırmacıların birçok teori çeşitleri ile anlam üretmeye çalışarak kişinin üzerindeki etkileri araştırma konusu edinen ve süreç içerisinde uyarıların tefsir edilmesi ile ilgili uzun bir süreci kapsamaktadır (Beyoğlu, 2015: 333).

Başka bir tanıma göre algı; duyu yolları ile edinilen bilgilere anlam vermeyi, elde edilen bilgilere yorum katarak bir yargıya ulaşmayı da konu alan bir süreçtir. Bu süreç içerisinde anlam verme yorumlama işlemlerini de içerdiğinden dolayı gerçek uyarıcı ile algılanan uyarıcı aynı olmaz. Algı olayı, uyarıcıların duyum organları tarafından alınmasıyla başlayıp sonucunda belirli bir davranışla son bulan bir süreci kapsamaktadır (Tevrüz vd., 1999: 19).

Algılama olayı bilişsel sürecin başlangıcı olarak görülür. Algı, algılanan şeyleri toplayarak düzgün bir şekilde sokma olayıdır. Duyu yolu ile aldığımız bilgiler, veriler çeşitli halde işlenerek depolanır ve daha sonraki işlemlerin sürecinde özet, ayırma, redüksiyon işlemleri bu süreci takip eder (San, 2010: 44-45).

Algılama ile uğraşan psikologlar ilk olarak algının bir örgütlenme olduğunu öğrenirler. Birey; algıladığı duyuları derleyip toparladıktan sonra onlara bir anlam yüklemektedirler. Algı, karşı taraftan edindiği verilerin tamamından fazla bir anlam barındırmaktadır (Cüceloğlu, 1993).

Algı; Beş duyu organı ile algılanan uyarıcıların gerçeklik ve öznel yaşam boyutları ile etkileşim içinde bulunarak, organizmayı harekete geçirmesi ve anlanabilir bir uyarılara dönüştürme süresine denir. Uyarının anlamlandırılması için gerekli olan şeylerden birisi o uyarının bilinmesidir ve bilinmeyen bir bilgi ile uyarıcıya anlam verilemez (Yıldırım vd., 2012).

Algı; bireylerin farklı duyuları ile çevreden gelen bilgileri bir araya toplayıp organize ederek kendileri için anlam verme ya da yorumlama yapma sürecidir (Eren, 2010: 69).

Algılama da dikkat çeken iki olgu vardır. Beyne giden uyarımlar, grup halinde örgütlenerek bir anlam taşımaktadırlar. Yalın uyarımı, ender şekilde algılamak mümkün değildir. Beyin yeni bir nesne ile karşılaşınca, önceden gördüğü şey ile açıklama yapmamakla birlikte anlamlandırma yapamaz (Arıkök, 2001: 4).

Algılama, bir durumun şahsına özgü yorumlanması, bireyin kendi bakış açısıdır. Çünkü kişiler, yorumu sahip oldukları bilgilere göre yapar. Herkesin bilgi seti farklı olduğu için yorumlar farklı şekilde ortaya çıkar. Bundan dolayı ki algılama, şahsın dünyayı kendi fikrinde görmesi ve kavraması halidir diyebilmek doğrudur (Arıkboğa, 2010: 31).

Algı bir olayın veya nesnenin gerçekliği ile ilgili, duyu organlarımızla edindiğimiz biliş durumudur. Algı yolu ile alında kişi çevresindeki uyarıcılara anlam ve şekil vermektedir. Duyu organları uyaranın şeklini, hangi renk olduğunu, ses tonunu, nasıl tada sahip olduğunu algılar ve böylelikle bu algılar bireyin de davranışında rol oynar (Cemalcılar, 1999: 54).

2.2. Algılama Süreci

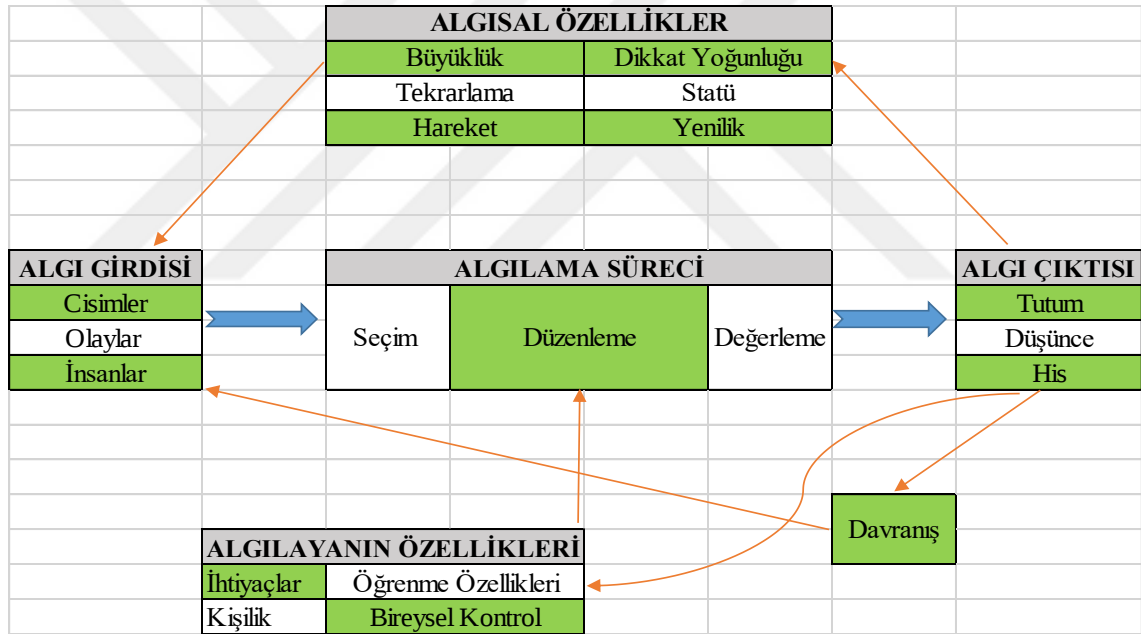
İnsan dış dünya içindeki nesneleri algılaması hem soyut hem de somut nesnelerle buluşması bir sürecin içinde gerçekleşir ve bu olay beş aşamadan oluşur (İnceoğlu, 2010: 68).

Bu anlama bakacak olursak, biyolojik bir olgu olan algılama hiyerarşik şekilde düzenlenip kontrol edilir. Bu süreçte ilk unsur olarak alıcılar kabul edilir. Alıcı denilen unsur duyu organlarımızdan oluşmaktadır. Duyu organları, içinde bulundukları ortama göre yapıları ve işleyiş biçimleri ile birlikte uyum dereceleri ve kapasiteleri ile dışarıdan gelen uyarıcıları alırlar ve sinir sistemi ile ilişkiye sokarlar. Algılama sürecinin ikinci aşaması da ilk işlem olarak açıklanmaktadır. Bu süreçte girdi olarak isimlendireceğimiz uyarıcılar bir tür kod açma sistemine tutulmakta, bu kod açma aşamasında ise kişinin o an içinde bulunduğu fizyolojik, güdüsel şartlar içinde yapılmaktadır. En son aşama ise “son işlem” olarak isimlendirilmekte ve algılanan ürünü ve algılamanın oluşum sürecini oluşturmaktadır. Girdiler, etkileşimde bulundukları yaşantı ve öğrenme öğeleriyle seçilme aşamasından geçerler (Tunç ve Atılğan, 2017: 231).

Bu aşamadan itibaren ön algılama devreye girmiş olur. Ön algılama ile birlikte kişi, yaşamındaki deneyimlerini anlamlandırma aşamasına geçer. Zihninde oluşan anlamlandırma aşaması ile algılama süreci tamamlanmış olur (Eren, 2010: 69).

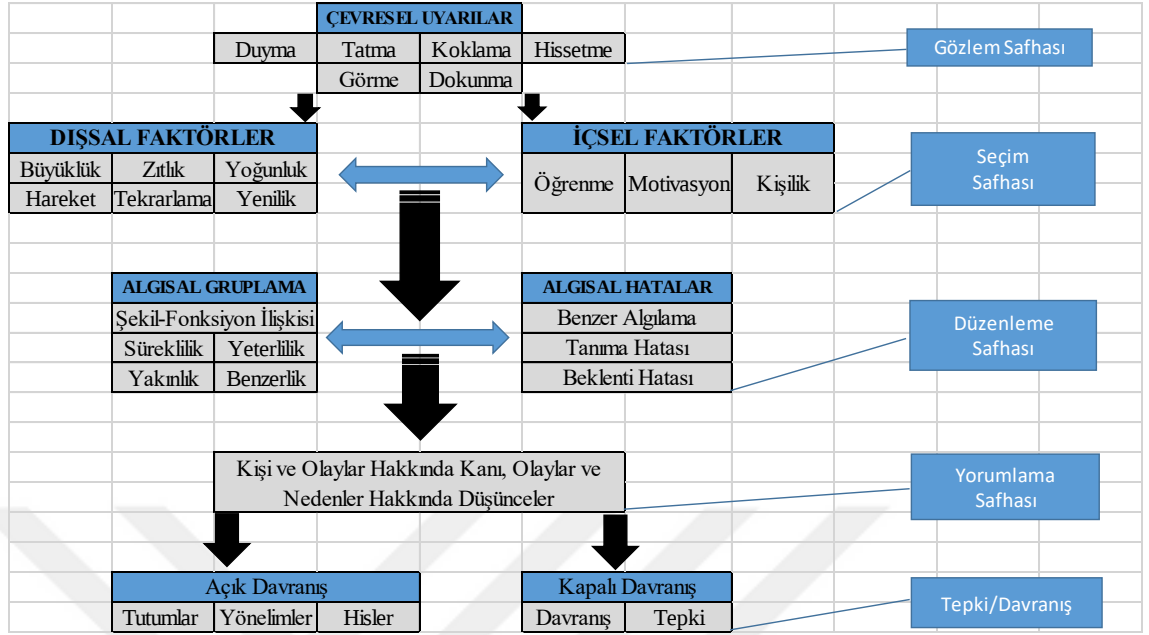
Algılamanın ilk aşamasında birey çevresindeki farklı uyarıları toplayarak kabul eder. İkinci aşamada ise duyu organları ile alınan uyarılar düzenlenerek anlamlı hale getirilir. Bireyin almış olduğu uyarılar şemada gösterildiği gibi algı olayını gerçekleştiren bireyin kişisel faktörleri ve içinde bulunduğu dışsal faktörler tarafı ile etkilenir. Dördüncü aşamaya gelindiğinde ise seçme, düzeltme ve değerlendirme yollarından geçen uyarılara reaksiyon gösterir. Bu reaksiyonlar uyarana karşı tutum, uyarına karşı duygu ve düşünceler olarak karşımıza çıkar.

Tablo 1. Algılama Süreci



Kaynak: Erdoğan, İ. (1999), İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış, İ.Ü. İşletme İktisadı Enstitüsü Araştırma ve Yardım Vakfı Yayın No:5, İstanbul, s.6.

Tablo 2. Algılama Süreci



Kaynak: Erdoğan, İ. (1999), İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış, İ.Ü. İşletme İktisadı Enstitüsü Araştırma ve Yardım Vakfı Yayın No:5, İstanbul, s.13.

Davranışın ortaya çıkması algılamanın son süreci olarak kabul edilir. Algılayan bireyin hareketi algılanana karşı bir reaksiyon göstererek ortaya çıkar. Algılama olayında pek çok faktör etkilidir, uyarıların seçimi ve değerlendirilmesi bu aşama içerisindedir. Bu etkenler algılama süreci ile yukarıdaki şekilde gösterilmiştir. Gösterilen şekil aşamaları ele alarak bu aşamalara etken olan faktörleri de göstermiştir. Kişilerin etrafında çok fazla uyarıcı olduğu bilinmektedir, bu uyarıcılar duyu organlarımız vasıtası ile alınır ve algılama sürecine katılır. Görme olayı, duyu organlarımız arasında en belirgin ve etkili olanıdır. Bunun yanı sıra farklı organlar da etkinlikte azalma görülür. Davranışlarımıza daha sınırlı yön verenler ise tat, dokuma ve koku alma duyularıdır. Beynimizin algıladığı şeyler kadar algılayamadıkları da vardır, her şeyi algılayabilmesi zordur (Arıkboğa, 2010: 32).

Algılama Sürecini Etkileyen Faktörler: Bireyler, dış dünyayı ve çevresindeki iletileri nasıl algılıyorsa ona göre hal ve hareketlerini belirlemektedir. Algılama olayı bireysel bir süreç olduğu için iletilerin ve gerçeklerin algılanabilmesi bireyden bireye farklılık gösterir, aynı uyarı değişik kişilerde bakılacak olursa farklılık gösteren bir tutum ve davranış halindedir. Algılama sürecini etkileyen birden çok etmen bulunmaktadır, bu sebeplerden ötürü algılanan ile gerçeklik arasında da farklılık olabilmektedir. Algılayan

çevresini, bireyleri ve olayları belli bir düzen içinde algılamakta olup bu süreç ise sürekli halde devam eden bir konuma sahiptir.

Bu kapsama göre bu süreci etkileyen süreçler; (Özarslan, 2014: 11).

- Algılayanın Durumu
- Olumlu Veya Olumsuz Davranma Düşüncesi
- Yanlış Çıkarımlarda Bulunmak
- Benzerlik Veya Farklılık Eğilimi
- Algılanana İlişkin Sahip Olunan Bilgi
- Kişisel Beklentiler

Algılayanın durumu bireylerin özellikleri, gereksinimleri, ruhsal durumu, yapısı, kültürleri, önem verdiği değerler vb. gibi faktörlerin hepsi algılamalarında etkilidir (Güney, 2012: 91).

Olumlu veya olumsuz davranma düşüncesi bireylerin, o an algıladıkları ile ilgili olarak geçmişteki deneyimleri, yeni algılamalarını da etkisi altına alarak bireylerin hangi yönde davranmasında etki sahibidir. Genel olarak hakkında olumlu bir izlenim edinilen bir bireyin olumsuz bir yönüyle karşılaşıldığı zaman, geçmiş izlenimlerine bakılarak birey hakkında çok olumsuz düşünülmebilmekte ve bireye karşı olumsuz bir davranış sergilenmebilmektedir. Böylelikle bazı durumlarda bireylerin davranışları, algılayan bireyin değerlerine zıttır, bundan dolayı bireyler kendi hakkındaki izlenimlerin sarsıntıya uğramasına veya tamamen değişmesine sebep olabilmektedir (Özarslan, 2014: 11).

Yanlış çıkarımlarda bulunmak yani bir başka deyişle hale etkisi olarak da isimlendirilen bu duruma, belli bir grubun içerisindeki kişilerin bireysel olarak tanınmasa da, gruba özel özelliklerin kişiye monte edilmesi gibi gösterilerek algılanma olayıdır (Özer, 2011: 153).

Benzerlik veya farklılık eğilimi bireyler, yaş, kültürel değerler, ırk, sosyoekonomik durumları gibi özelliklerine göre kendisine benzer veya olmayanlara göre, diğer bir tabirle başka bireyleri kendisine benzetme veya farklı gösterme düşüncesiyle algılamalarda bulunabilmektedir (Güney, 2012: 92).

Algılanan hakkında bilgi sahibi bireyler, algılanan ile ilgili ne kadar çok şey biliyorsa, onun hakkında yanılma payı da bir o kadar az ve gerçekliğe yakın bir seviyede olmaktadır. Algılanan ile ilgili bir bilgi eksikliği varsa, bireyin yanılma ve yanıltılma ihtimalide bir o kadar yüksek olacaktır (Özarslan, 2014: 12).

Bireysel beklentiler ve bireylerin beynindeki sahip olduğu mevcut beklentiler, bireye gelen algılamaları da yönlendirmektedir. Bireylerin ahlaki yapısı, kişisel özellikleri, geçmişleri, vb. gibi bütünler, beklentilerini oluşturmakta ve bireyin algılamasında da etkili bir rol oynamaktadır (Güney, 2012: 92).

2.3. Algı Yöntemi

Algı; “görme organı, duyma oranı ve diğer alıcılara gelen uyarıcılara bir anlam vererek yorumlanmasıdır” (Kağıtçıbaşı ve Özgediz, 1983: 27).

Bir bireyin belirli bir yönde harekete geçebilmesi için yapması gereken ön koşul, o yönde bir alternatifin varlığını bilmesi ve bu bilgiyi algılamasıdır. Bu yönden davranışlar, algının sosyal ve psikolojik bir olgu olması yönünden dış müdahalelere açık bir hal almakta ve istediği gibi yönetilebilmektedir ve böylece algı yönetimi oluşmaktadır (İnceoğlu, 2010).

Tarihsel sürece bakıldığında zaman algı yönetimi düşmanı alt etmek için kullanılan ilk yöntemlerden biri olan güç kullanmak, korku salmak vb. gibi yöntemler uzun vadede sonuç vermemektedir. Bu gibi durumlar kısa vadede etkili olmuştur. İkna edilemeyen veya hezimetini kaldıramayan bir topluluk ilerleyen zamanlar içinde farklı yöntemler kullanarak zaferi amaçlamak için tekrardan ileri atılma potansiyeline sahiptir (Tunç ve Atılğan, 2017: 232).

Algı yönetimi insanlığın tarihi ile başlamıştır. Çünkü insanın içgüdülerinde yaratıldığı zamandan bu zamana kadar yapmak istediği amaçlar, istekler, hırsalar bulunmakta ve sürekli gelişim gösteren dünyada bu amaçlara ulaşabilmek için başvuru olan yollar gittikçe profesyonel bir hal almaktadır. İlk çağlarda yapılan savaşların zaferle bitmesi, barışın sürdürülebilir olması veya diğer amaçlanan olayların kendi lehinde sonuçlanması için algı yönetimi kullanılmaktadır (Özarslan, 2014: 32).

2.3.1. Algı Yönetimi Kavramı

Algı yönetimi günlük yaşantımızda bilerek veya bilmeden sıklıkla başvurduğumuz bir konu olmakla birlikte, bilinçli bir şekilde ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı tarafından açıklanmıştır. Buna göre algı yönetimi, “Kitlelerin düşünce, duygu, mantık, amaç, istihbarat sistemleri ve önderlerini etkileşim altında bırakarak seçilmiş bilgilerin yayılması veya duraklatılması; bunun sonucunda ise hedef davranış ve fikirlerin hedefleyenin istediği gibi 31 yönlendirilmesidir”. Diğer bir deyişle gerçekler, yansıtma, yanıltma ve psikolojik yönden operasyon çekmenin tamamı denilebilir (Ersaydı ve Çevik, 2011 aktaran, Özarslan, 2014).

Birey, duyu organları ile çevresi ile olan ilişkisini yürütmektedir. Çevresinden aldığı sinyaller beyine iletilerek almış olduğu verilerle olay ile ilgili düşünce süreci başlamış bulunmaktadır. Böylece bireyin beyinde anlam yaratılmaktadır. Bireyin önceden benzer olaylara karşı biriktirmiş olduğu hazneyi, ne tür yorumlar yaptığı, konu ile ilgili oturmuş bir inanç kalıbına sahip olup olmadığı incelenmektedir (Uğurlu, 2008: 148).

Benzer şekilde kişilerin bulunduğu örgütsel yapılarda ortak bir amaca varmak için örgütlerin yönetim süresince pek çok aksiyon geliştirilerek, bu aksiyonları ileri seviyeye taşıyan ve uygulama sürecine sokan Katılımcıların birey olma davranışları halince gereksinimleri ve beklentileri kapsamında kişisel özellikleri değişiklik gösterir. Bunun sonucunda algı yönetimi kişilerin ihtiyaçlarına tepki verir. Aynı zamanda bireydeki motiveyi artırarak iş doyumunu sağlar ve süreci örgütün lehine çevirir (Uğurlu, 2008: 148).

2.3.2. Algı Yönetiminin Tarihsel Gelişimi

Algı yönetimi insanlığın tarihi ile başlamıştır. Çünkü insanın içgüdülerinde yaratıldığı zamandan bu zamana kadar yapmak istediği amaçlar, istekler, hırsalar bulunmakta ve sürekli gelişim gösteren dünyada bu amaçlara ulaşabilmek için başvuru yollar gittikçe profesyonel bir hal almaktadır. İlk çağlarda yapılan savaşların zaferle bitmesi, barışın sürdürülebilir olması veya diğer amaçlanan olayların kendi lehinde sonuçlanması için algı yönetimi kullanılmaktadır (Özarslan, 2014: 32).

Algı yönetiminde plan yapılmadan ve örgütsüz halde ilk uygulama, M.Ö. 500'lü yıllarda Çinli bir komutan olan Sun-Tzu tarafı ile askeri taktikler ve savaşı konu alan "Harp Sanatı" isimli eserde öne çıkarılmıştır. Eserde konu alan içerikler öncelikli olarak algı yönetimi ve psikolojik savaş alanlarında güncel olarak geçerliliğini sürdürmektedir. Algı yöneticileri olarak da hala ilgilenilen bir eser halindedir. Sun-Tzu bahsi geçen eserde bazı önemli öneriler sunmuştur. Sözü edilen öneriler şu şekildedir;

- Düşman ülkelerde iyi olan şeyleri gözden düşürün
- Düşman ülkelerin liderlerinin zaferlerini küçük gösterin, onları aşağılayın ve onların halkının kendi liderlerini küçük görmesini sağlayın
- İçerdeki hainlerden yararlanın ve işbirliği yapın
- Kendi aralarında uyum sağlayamadıkları konuları harlayın ve kavgaları büyütün
- Hasminizin geleneklerini gülünç hale getirin (Tarhan, 2012: 33-34).

Tarihte Algı yönetimi ile birçok örnek vardır bunlardan bazıları; ABD, 1. Dünya Savaşı'na katılma sebeplerinden biri savaşı sonlandırmak olsa da, asıl amacın dünya liderliği kurmak hayalidir. Kendi halkı üzerinde kamuoyunun desteğini ve halkın desteğini almak için "Babacığım Savaş Esnasında Sen Ne Yaptın? (What did you do in the Great War Daddy?) temalı sloganı kullanmıştır. "Halkı Bilgilendirme Komisyonu" da, ABD tarafından algı yönetimi amacıyla bu zaman içerisinde kurulmuştur (Özarslan, 2014: 34).

ABD, Soğuk Savaş zamanlarında Avrupa'ya etki etmek komünizme karşı olmaları için radyo/tv kanalları, vakıflar vb gibi kanallarla 20 yıla yakın sistematik bir şekilde algı yönetimi yapmıştır (Özdağ, 2010: 288-289).

Günümüzde ise algı yönetimi topluluklar üzerinde etkili olmak isteyen veya toplulukları belirli bir amaç için yönlendirmeye çalışan uzmanlar, yönetim için öncelikle olguları yönetmeyi denemişlerdir. Fakat olgular algılara göre daha nesnel olduğu için, uygulama yapanlar için zaman içerisinde farklı problemlerle karşılaşmasına sebep olmuştur. Olguların somut olması bir sonucu nitelemesi uzmanların sonucu farklı göstermeleri yerine, hedef edinilen kitleyi istenen sonuca çevirmeleri yoluna sebep olmuştur (Özarslan, 2014: 36).

Günümüzde algılama yönetimin çoğunlukla dış politikada uygulanıyormuş gibi görünse de iç politikada da uygulanmıştır. Örneğin ABD’de savaşta ölen bir askere bayraklı bir tabut hazırlanarak bayrağın tabuta örtülmesi huzura kavuştuğunun imajını vermektedir. Bu durumla vatandaşlara bu olanlar tamamen sizin güvenliğinizi içindir şeklinde mesaj vermektedir. Bu örnekle de anlaşılacağı gibi iç politikada da algı yönetimi kullanılmaktadır. Bu yöntem ile birlikte dış kütlelerin hedef alındığı ima edilse de kendi vatandaşları üzerinde de kullandığının bir kanıtı niteliğindedir (Özer, 2011: 23).

Günümüz bilgi dünyasında, evren küresel bir köy haline bürünmekte ve hedef kitleyi oluşturan insanlar suistimal edilerek savunmasız bırakılmıştır. Siegel öncelikli ve özellikle aşağıdaki sebeplerden dolayı hassasiyetin giderek arttığını belirtmektedir (Genç, 2007: 200);

- Küresel medya
- Sürekli haber döngüsü
- Anlık haber bildirme
- Gerçek zamanlı bilgi
- İnternet
- Haber hazırlama kolaylığı

2.3.3. Algı Yönetiminde Süreçler

Algı yönetiminde algılamayı etkileyen faktörler ilk sırada önem arz eder, algı yöneticileri bahsi geçen faktörleri inceler ve daha sonra sıralamayı oluşturur. Bu şekilde hedef kitlenin algısını yönlendirerek onun istediği gibi bir tutum ve rol oynamasını hedeflemektedir. Hedef kitlenin etkilenmesi, zihinsel algılamanın sağlanması ve en uygun aynı zaman da etkili bir algı olayının oluşması için aşağıdaki adımların hassasiyet içinde takip edilmesi gerekmektedir. Bu adımlar (Özarlan, 2014: 42) ;

- a) Sonuçları etkileyecek ve istenilen hedefe ulaşmak için gerekli sosyal sebeplerin belirtilmesi,
- b) Yönetilecek en az iki ve ya üç etkenin diğerlerinden farklı bir yönü olması,
- c) Hedef edilen ve odaklanılan sosyal paydaşların üstünde duygusallığa sebep olacak bir etken olacak söylemlerin saptanması,

- d) Sosyal paydaşlar ile birlikte farklı iletişim ağlarının yönetilerek beyinlere ulaşılması, hali hazırda var olan algıların tespit edilmesi, daha önceden odaklanılan söylemlerin oluşması ve talep edilen davranış ile ölçülebilen sonuçlara varılması,
- e) Verilmek istenen söylemi belirlerken hedef tarafın söylemden ne anladığına bakılması, hedef tarafın algılamasına engel olan sebeplerin ortaya çıkarılması,
- f) İletişim sektöründeki var olan cereyanların, söylemlerin algılanmasını nasıl etkilediğinin incelenmesi,
- g) Karşı tarafı aktif olarak dinleyerek, çift yönlü bir iletişim ağı kurulması,
- h) Amaçlarla ilgili ortak bir akıl kurulması ve geri dönüşleri ele alarak bunlardan yararlanmak,
- i) Algılamaların ve üslup şeklinin ne olursa olsun hiçbir zaman değerlerdeki eksik kalan şeylerin yerini alamayacağını bilmesi.

Algılama süreci, bireyin bünyesinde barındırdığı değerler, amaç, hedef, ihtiyaçlar, içinde bulunduğu ve gelişim süresindeki kültürel ortamı, bilgileri, hissiyatı, tecrübeleri vb. gibi yapılarla da etkileşim içerisindedir. Bu yüzden aynı uyarıyı bir başka kişi farklı şekilde algılayabilir (Eren, 2001:397).

İletişim sürecinin önem arz ettiği bu süreçte, algı yöneticileri tarafından hedef kitlenin değerleriyle uyumlu olmak, kitlenin kültürel yapısına özen göstermek, beklenilenin üstünde bir yaklaşım içinde olmak, sade olmak, sonuca odaklı bir şekilde olmak gibi faktörlere de önem verilmelidir. Bu zaman içerisinde geliştirilecek kültür, teknik, otoriter yapı, eğitim hedefleri vb. gibi şeyler dikkatli bir şekilde hazırlanmalıdır. Algıyı yönetenler hedefine ulaşmak için bazen gayrimeşru faktörlerden de yararlanmaktadır, algı yönetimine bu yüzden eleştiriler oldukça fazladır (Tunç ve Atılğan, 2017: 234-235).

2.4. Yerel Halkın Turizm Algısı

Birleşmiş Milletler turizmi 2013'te şu şekilde açıklamıştır: Turizm; "Bireylerin kişisel, iş veya meslekleri ile ilgili konularla yaşam alanları dışına çıkarak seyahat etmeleri ve bunun sonucunda gerçekleşen sosyal, ekonomik ve kültürel olayların

bütünü kapsamaktadır. Aynı zamanda bu ziyaretler kapsamında harcamalar yapan, turistik faaliyetlere katılan ziyaretçiler bu olayın içerisinde yer almaktadır”. 21. Yüzyılda turizm alanını konu alan oluşmuş çok önem arz eden sonuçlardan bir tanesi de değişim gösteren turizm algısıdır. Bu zaman içerisinde klasik kitle turizminin dışına çıkılmış, alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmış ve bunun sonucunda turizm algısının değişimi söz konusu olmuştur. Bir başka nedenlerden birisi de turizmin sağladığı faydanın kişiden kişiye göre farklılık göstermesidir. Turizm bölgelerinde bireylerin farklı faydalar elde etmesi, turizm algısının bireylerin düşüncelerinde değişik şekillerde oluşmasına neden olabilmektedir. Bu yüzden yerel halkın turizm algısı birçok çalışmada yer almıştır (Oğuzbalaban, 2019: 2567).

Yerel halkın turizm algısını konu alan araştırmaların çoğunluğu turizme karşı olumlu algılar tespit etmiştir. Çünkü yerel halk turizmi ekonomik yönden gelişim aracı olarak görmektedir. Ancak turizm sektörü sürekli gelişim gösterdiği için yerel halkın turizm algısı durum göre değişecektir. Örneğin Butler’ın teorisine göre turizm gelişim sürecinin sonuna yaklaştığında, yerel halkın turizm algısı olumsuz bir hal almaktadır. Bu yüzden sadece ekonomik yönden değil, sosyo-kültürel yönden de yerel halkın turizm algısı incelenmelidir (Ertaş, 2019: 721).

Turizmin kültürel, ekonomik, çevresel etkileri ve bu etkilerin algılanma hali toplam turizm algısını oluşturmaktadır. Birbirinden farklı etkilerin algılanması ile yerel halkın toplam turizm algısında da değişiklik gösterecektir (Özaltın Türker ve Türker, 2014: 82).

Toplam turizm etkisi, turizme verilen desteği şekillendirmektedir. Toplam turizm etkisine göre olumlu algılanan yönlerin olumsuz algılanan sonuçlara göre fazla olması yerel halkın turizme olan desteğini artırır ve turizmin gelişmesine katkı sunar (Türkmen ve Dönmez, 2015: 191).

Turizmin gelişimi yerel halkın algıları ile doğrudan ilişkilidir. Yapılan araştırmaların çoğunda yerel halkın turizm algısı, bölge turizmine katkısı ve ziyaretçi memnuniyeti üzerinde önemli bir faktör olduğunun sonucunu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle turizm sektörünün başarısı için yerel halkın turizm algısı hayati önem taşımaktadır (Öztürk, 2020: 428).

Yerel Halk – Turist Kavramı: Yerel Halk, Sosyoloji incelendiği zaman tanımlaması yapılırken iki farklı yaklaşım içerisinde ifade edilir. İlk yaklaşım yerel halkı bölgesel, ikincisi ise ilişkisel bir kavram yönüyle ele alır. Bölgesel kavram olarak yerel halk, ismi, bölgesi, bireyleri ve göze çarpan özellikleri ile harita üstünde gösterilebilmesidir. İlişkisel boyutta bakılacak olursa yerel halk samimi ilişkileri olan, birlik olmayı seven ve karşılık beklemeyen bireyleri ifade etmektedir (Bildin, 2019: 46).

Yerel Halk: Herhangi bir yerde yaşamını devam ettiren ve farklı kişilerle ortak bir noktası olan topluluklardır (Ekici, 2000: 2).

Yerel Halk kavramı, birçok farklı bilim dalında ele alınan bir kavram olarak karışımıza çıkar. Kelimenin içerisinde yerel sözcüğü geçtiği için bir topluluğa aidiyeti ifade eder (Buzlukçu, 2020: 40).

Turist; Gittikleri bölgelerde 24 saatten az sürmeyecek bir kalış süresi geçiren, boş vakitlerini değerlendiren ve tatil amaçlı seyahat eden kişilerdir (Tayfun, 2002: 2)

Turist; Bir ülkeye dinlenme, iş sebepleri, sağlık, bilimsel, dinsel, spor vb. gibi alanlardaki toplantılara veya konferanslara katılmak amacıyla, seyahat süresinin 24 saatten az sürmeyecek şekilde giriş yapması ve konaklamasıdır (Eralp, 1983: 40). Başka bir ifadeyle turist, ikamet etmek ve ekonomik kazanç sağlamak dışında olan başka bir bölge ya da ülkeye seyahat eden ve kazandığı parayı harcayan kimselerdir.

2.5. Yerel Halk – Turist İlişkisi

Turizm, sosyal bir olay olarak kabul edilir ve bireylerin toplumda bir arada yaşamalarının belli bir yönüne katkı sunar. Birbirinden farklı yapılara sahip olan topluluklar sosyal ve kültürel yönden seyahat ve konaklama sürecinde birbirleri ile sürekli etkileşim içine olurlar (Bildin, 2019: 61).

Sosyal ilişki, en az iki kişi tarafından negatif veya pozitif şekilde yüzeysel olarak gerçekleşir. Bu durum çok farklı şekillerde ve durumlarda gerçekleşebilir. Bu durumu bir örnekle gösterecek olursak sosyal ilişki bir çocuk, öğrenci, işçi veya turist tarafından gerçekleşebilir. Sosyal ilişki bir seyahat zamanında kısa süreli veya uzun süredir tanıdığınız bir komşu ile gerçekleşebilir (Tayfun, 2002: 2).

Yerel halk ve turist ikilisi birçok farklı durumlarda ilişki ortamında bulunabilirler. Turistlerin ziyaretlerinde bölgeye ve kişilere yabancı olması, çoğu zaman merak, şüphe ve rahatsız olduğu ortamlarda turist-yerli ilişkisi zorunlu haller dışında oldukça düşük bir seviye göstermektedir. Turistlerin çekingen ve ön yargılı tutumları ilişki seviyesini daha da zora düşürmektedir. Bu ikili arasında hiçbir ilişkinin olmaması söz konusu olamaz, çünkü yerli halkın turistlerin etrafında toplanıp onları izlemeleri bile bir turist- yerli ilişkisini temsil eder (Ersoy, 2017: 18).

Yerel halk bölgede ziyaretçi olarak bulunan turistlerle etkileşim içindedirler. Herhangi bir sosyal faaliyette, alışveriş merkezlerinde, hizmet sektörü içerisinde vb. gibi durumlarda yerel halk ve turist ikilisi için iletişim olanağı ortaya çıkar. Turistlerin kültürel ve ekonomik açıdan yerli halktan farklılık göstermesi yerel halkın bakış açısında olumsuzluk oluşturabilir. Bu oluşan durumu en aza çekmek ve turizmin gelişmesine katkıda bulunmak için yerel halk bu konuda bilinçlendirilebilir ve turizme aktif olarak katılması sağlanabilir (Uysal, 2018: 25).

Turistlerle yerel halk arasında gerçekleşen ilişki, turistin tatil deneyiminin en önemli tarafını oluşturmaktadır. Bu ilişkide sorunlu olabilecek alanlar iyi incelenmeli ve gerekli önlemler alınmalıdır. Bu ikili arasında en önemli sorunlardan birisi de yabancı dil eksikliğidir, bir diğer sorun ise birçok turistin yerel halkın kültürü hakkında az veya doğru olmayan bilgilere sahip olmasıdır (Avcıkurt, 2017: 105).

Turistlerin iletişim kurdukları kişilerin çoğunu kendilerine hizmet sağlayan turizm çalışanlarıdır. Turistler kendi aralarındaki ilişkileri dışında en çok iletişim kurduğu kişiler otel görevlileri, turizm rehberleri, turizm esnaflarıdır. Daha çok kişisel ilişkiden ayrı ekonomik ihtiyaç, karşılıklı fayda ilişkisini kapsamaktadır. Bu sebepten dolayı turizm çalışanlarının eğitimi ve kalifiyeli olması oldukça önemlidir (Ersoy, 2017: 20).

2.6. Yerel Halkın Turizmdeki Önemi

Turizmin sürekli gelişmesi, yenilik araması, çeşitlilik göstermesi ile büyüyen ve gelişim gösteren alternatif turizm türleri yeni turizm işletmelerinin çoğalmasına neden olmuştur. Doğal, kültürel ve tarihi zenginliklere sahip ve önemli bir potansiyeli olan yerler alternatif turizm türlerinin gözde yerleri olmaya başlamıştır (Güneş ve Alagöz, 2018: 413).

Turizmde doğal, kültürel ve tarihi özelliklerinin yer almaya başlaması ile birlikte gelişen alternatif turizme ilginin artması, alternatif turizmi tercih eden çevre dostu turistlerin çevrenin korunmasına katkıda bulunması, yerel halkın ekonomik yönden kalkınmasına katkıda bulunmaktadır (Kervankıran ve Özdemir 2011: 4).

Turizmin geliştiği ve etkili olduğu bölgelerde yerel halkın önemi oldukça fazladır. Turizm hareketi olan yerlerde yerel halk ile turist arasında etkileşim gerçekleştiği için bu ikili sürekli bir ilişki halindedirler. Böylelikle bölgede turizmin hem olumlu hem olumsuz etkileri görülebilmektedir. Yerel halk turizmden doğrudan etkilendikleri için düşünceleri önemli bir yere sahiptir. Turizme yön vermek, analiz etmek ve daha da geliştirmek için yerel halkı turizmin içine almak faydalı bir adım olacaktır (Uysal, 2018: 25).

Başlıca olumlu ve olumsuz yönlerini göz önüne alacak olursak;

Olumlu Yönler:

- Doğal alanların iyileştirilmesi ve korunması,
- Arkeolojik ve tarihi alanların korunması,
- Çevre düzenlemelerinin artırılması,
- Alt yapı ve üst yapı olanaklarının gelişmesi,
- Çevrenin değerinin artması,
- Ekonomik yönden gelişim,
- Kültürel mirasların korunması

Olumsuz Yönler:

- Gürültü kirliliği,
- Çöp sorunları,
- Su ve hava kirliliği,
- Biyolojik çeşitliliğin azalması,
- Arkeolojik bozulmalar,
- Ekonomi ve istihdam bozulmaları

Bu açılardan bölgede gerçekleşen olumlu ve olumsuz etkiler yerel halkın turizmde olan etkisini ve aynı zamanda bakış açısını da etkilemektedir. Olumlu veya olumsuz gerçekleşen bu değişkenler turizmin bölgedeki gelişimi hakkında söz sahibi olacaktır (Kervankıran ve Özdemir 2011: 24).

Toplumların gelişmesinde ve kalkınmasında önemli bir faydası bulunan turizm sektörü, etkileşimle birlikte algılanan olumlu yönler doğrultusunda, ortaya konan gelişimin daha da fazla olması için yeni planlama süreçleri yapılmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler karar alma süreçlerinde yerel halkı düşünmeden planlamalarını yapmaktadırlar. Ancak turizmin büyümesi ve sürekliliği için bu gelişim ve büyüme aşamalarında yerel halkı merkeze almak zorundadırlar (Bildin, 2019: 65-66).

Turizmin olumsuz etkilerini sınırlandırmak ve olumlu yönlerini daha da fazlalaştırmak için yapılacak en önemli konulardan birisi de yerel halkın turizmin planlamasında etkin rol oynamasıdır. Yapılacak planlamada yerel halk düşünülerek yerel halkla fikir alışverişi yapmak, önerilerini almak ve onların kabulünü almak aynı zamanda yerel halkı turizmin bir parçası haline getirmek hem sürdürülebilirliğin mümkün kılınmasına hem de turizm planlamasına önemli bir katkı sunacaktır (Alaeddinoğlu, 2007: 4).

Turizmin gelişmesinde yerel halkın turizme yönelik görüşleri ve tavrı, bölgeye gelen ziyaretçilerin tekrar gelip gelmemesi veya diğer kişilere tavsiye edip etmemesi konusunda oldukça önemi bir noktadadır. Yerel halkın turizm hakkında olumlu düşünceye sahip olması turizmi sürdürülebilir bir konuma getirecektir. Turizm sosyal, kültürel ve ekonomik faktörler gibi birçok konuyu içine almaktadır. Bu faktörler turizmin bölgedeki etkisinde rol oynamaktadır, bu faktörlerin toplamı da yerel halkın turizme olan desteğine yön vermektedir (Güneş ve Alagöz, 2018: 415).

2.7. Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı

Turizmin etkileri söz konusu olunca, bu konuda yerel halkın turizme bakış açısı dikkat çekmektedir. Yerel halk turizm faaliyetlerinden etkilenenlerin en başında bulunmaktadır. Turizmin gelişmiş olduğu bölgelerde özellikle yerel halkın bu turistik faaliyetlerden ekonomik kazanç sağlaması ve kültürel bağlamda etkileşim içinde olması ortaya çıkan etkileri artırmaktadır (Yılmaz, 2017: 49).

Sosyal Değişim Teorisi, yerli halkın turizme karşı bakış açılarını ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Sosyal Değişim Teorisi Turizm işletmelerdeki ekonomik ve sosyal boyutları nasıl etkiler sorusuna cevap aramaktadır. Araştırmalara ve literatüre bakıldığında zaman zaman Sosyal Değişim Teorisi, yerel halkın turizmden sağladığı etki ne kadar fazla ise o kadar katkı sunmaktadır. Yani turizmin ortaya koyduğu olumlu sonuçlar, olumsuz sonuçlara göre daha fazla ise yerel halkın turizme karşı olan bakış açısının olumlu olacağını, diğer sonuçlarda ise yerel halkın turizme olan desteğinin düşeceğini göstermektedir. Bu konular göz önüne alınacak olursa turizme verilen desteği birden çok faktör etkilemektedir. Bunlar gelir durumu, eğitim seviyesi, yaş ve geçim kaynağının turizm olup olmaması gibi sıralanabilir (Çıkrık vd., 2018: 24).

Yerel halkın turizm ve turist ikilisine bakış açısı, turizmin bölgedeki gelişim sürecini etkilemektedir. Bölge halkının turizm faaliyetlerine ve turistlere yönelik bakış açılarında olumlu bir algıya rastlanmadığı durumlarda turizmin gelişiminden bahsetmek söz konusu olamaz. Dolayısıyla yerel halkın bölge turizminin gelişimindeki rolü oldukça fazladır (Eser ve Akgündüz, 2021).

Yerel halkın turizme bakış açısı belirlenirken araştırmacıların ele aldığı ana değişkenler birbirinden farklılık göstermektedir. Bu değişkenler şu şekilde sıralanabilir;

Dışsal Faktörler:

- Turizmdeki Gelişim Süreci– Yerel Halkın Turizme Bakış Açısının Gelişim Süreci arasındaki ilişki
- Turist Tipleri
- Mevsimsellik

İçsel Faktörler:

- Yerli Halkın Yaşadıkları Yerlerin Turistik Alanlara Mesafesi
- Yerli Halkın Turizme Gösterdiği Talep
- Ekonomik Yönden veya İstihdam Edilme Açısından Turizm Bağımlılığı
- Yerli Halkın Turizm Alanlarındaki Kalış Süresi

Yerel Halkın Sosyo-Demografik Özellikleri:

- Yaş
- Cinsiyet
- Eğitim Durumu
- Gelir Düzeyi

Bu değişkenler ile birlikte yerel halkın turizme olan bakış açıları belirlenir. Değişkenler yerel halkın bakış açılarını etkilemektedir (Dilek vd., 2017: 61).

2.8. İlgili Çalışmalar

Yerel halkın turizm algısı ve turizme bakış açısı konularında literatür de pek çok çalışma bulunmaktadır. Yapılan literatür taraması ile birlikte 2006 yılı ve 2020 yıllarını içerisine alan toplam 14 çalışma sonuçları ile birlikte detaylı olarak aşağıdaki tabloda vermiştir.

Tablo 3. Konu İle İlgili Yazın Çalışmaları

YIL	YAZAR	ÇALIŞMA BAŞLIĞI
2006	Mansuroğlu.	Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği
2007	Alaeddinoğlu.	Van Halkının Turisti ve Turizmi Algılama Şekli.
2011	Kervankıran ve Özdemir	Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği.
2012	Doğan ve Üngüren.	Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma.
2013	Bahadır, Küçükaltan ve Çakır.	Edirne - Çamlıca Beldesi'nde Kırsal Turizm ve Turizm Algısı
2014	Özaltın Türker ve Türker	Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizmi Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği.
2014	Solmaz.	Yerel Halkın Bölge Turizmine Bakış Açısının Belirlenmesi: Burdur'da Bir Araştırma.
2014	Kervankıran.	Beypazarı/Ankara Örneğinde Turizmin Ekonomik, Toplumsal ve Çevresel Etkilerine Yerel Halkın Yaklaşımı
2015	Toprak.	Mardin'de Halkın Turizm Algısı
2016	Sandal ve Karademir.	Kahramanmaraş'ta Halkın Turizme Bakışı
2016	Boğan ve Sarıışık.	Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya'da Bir Araştırma.
2018	Işık ve Turan.	Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algısı: İzmir İli Üzerine Bir Uygulama.
2019	Erkılıç.	Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumları: Rize Örneği
2020	Ataman ve Özer.	Mardin Yerel Halkının Turizm Algısının Turizmi Destekleme Niyeti Üzerindeki Etkisi.

Mansuroğlu (2006), Antalya Akseki ilçesinde yerel halkın bölgedeki turizm gelişmelerine yönelik algılarını belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada bölgenin tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerinin ilgi çekici olduğu ve bu güzelliklerin ardı sıra alternatif turizm potansiyeline sahip olduğunu belirtmiştir. Bu unsurların bölgede turizmin

çeşitlendirilmesine ve farklı mevsimlere yayılarak bölge turizmine katkı sağlayacağı sonucuna ulaşmıştır.

Alaeddinoğlu (2007), Van halkı üzerinde yaptığı çalışmanın verilerine göre; Van halkının turizme ve turiste karşı bakış açıları oldukça pozitifdir. İlde yapılacak turizm faaliyetlerinin halk tarafından destekleneceği ve halkın turizmin gelişimine katkı sunacağı ortaya konmuştur. Halkın turizmi algıla şekline bakılacak olursa, turizmin gelişmesi ile bölgedeki iş imkânlarının artacağını, ekonomik büyümenin hızlı bir şekilde gelişeceği görüşleri belirtilmiştir. Ahlaki yapının, kültürün, namus ve din gibi kavramların bozulmayacağını turizmin bu unsurlar üzerinde olumsuz etkiler yaratmayacağını sonucuna varılmıştır.

Kervankıran ve Özdemir (2011) yaptıkları araştırmada, Afyonkarahisar halkına uygulanan anket sonucunun verilerine göre yerli halkın turizm olayında oldukça etkili olduğu saptanmıştır. Yerel halk ziyaretçilere ve turizme karşı oldukça iyi görüşler içersin de bulunmakta ve turizm olayını iyi bir ekonomik getiri sağlayan faaliyet olarak söylemektedirler. Bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte oluşabilecek çevresel tahribatın önüne geçilmesine ve turizm konusunda yerli halkın bilinçlendirilerek bölgedeki turizmin daha gelişmesi için destek olacaklarını söylemektedirler. Bölgedeki termal turizmin gelişmesi ile birlikte, bölge çekiciliğinin arttığını ve diğer turizm türlerinin de gelişmesi gerektiğini savunmaktadırlar.

Doğan ve Üngüren (2012), Isparta yerel halkına yapılan araştırmanın sonuçlarına göre; Isparta yerel halkının ilin doğal güzellikleri, kültürel zenginlikleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca yöre halkı turizmde alt yapı ve üst yapı sorunlarının olduğunu, mevcut turizmin çekiciliğinin düşük seviyede olduğunu, turizm yatırımlarının azlığını tanıtımın ve reklamın yapılmadığı düşüncelerine sahiptirler. Bölgenin trafik, işsizlik, hava kirliliği gibi sorunlarının olduğunu bu sorunlara çözüm bulunmasının gerektiğini belirtmişlerdir.

Sezer ve diğerlerinin (2013) yaptıkları araştırmada, Edirne ili Keşan ilçesine bağlı Çamlıca Beldesinde yaşamını sürdüren yerli halktan 219 kişi anketlere katılmış ve katılımcıların cevaplarına göre; Çamlıca halkının bölgedeki kırsal turizme karşı birden çok bakış açısının bulunduğu saptanmıştır. Ortaya çıkan verilerin sonuçlarına göre Çamlıca halkında dört farklı algı grubunun varlığından söz edilmektedir. Ortaya çıkan 4

farklı algı şu şekildedir; bölgedeki kırsal turizmin Çamlıca beldesine olumlu etki yaratacağı algısı, gelişecek olan turizmin yerel halkın yaşantısına olumsuz etkiler yaratacağı algısı, doğal çevrenin kırsal turizmle birlikte bozulabileceği algısı ve turizmin genç nüfus üzerinde etki yaratıp göçü engelleyeceği algısıdır.

Özaltın Türker ve Türker (2014), Yerel halkın turizmi algılama düzeyine yönelik Muğla Dalyan üzerine yapılan araştırmanın verilerine göre; erkeklerin kadınlara göre turizmin toplam etkileri hakkında daha olumlu düşündükleri ortaya çıkmıştır. Araştırmadaki bir başka veriye göre ise kültürel ve ekonomik yönden etkileri bakımından toplam turizm etkileri açısından yine erkeklerin kadınlara göre daha olumlu algılara sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Solmaz (2014) yaptığı araştırmada, Burdur halkının turizme yeterince önem vermediği, bölgedeki turizm potansiyelinin oldukça fazla olmasına rağmen gelişimi için yapılan reklam ve tanıtımın eksikliği vurgulanmıştır. Aynı zamanda ilin yerel birimleri arasında koordinasyon eksikliği olduğu, yeterli dayanışmanın olmadığı, şehrin önemli alt yapı sorunlarının olduğu kanısına varılmıştır. İlde turizmin gelişimi için öncelikle yatırımların çoğaltılması gerektiği ve var olan potansiyelin işlevsel hale getirilmesi düşüncesi önem arz etmektedir.

Kervankıran (2014) yaptığı araştırmada, Beypazarı ilçesinde yaşamlarını sürdüren yerli halkın turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel yönlerdeki etkileri ve yerel halkın bu etkilere bakış açıları ele alınmıştır. Araştırmadaki verilere ve yerel halkın görüşlerine göre; turizm bölgeye ekonomik yönden getiri sağlayacaktır. Aynı zamanda ildeki potansiyel turizm varlıklarının yükselişe geçerek bölgedeki turizmin gelişimine katkı sunacağı fikrine sahiptirler. Turizm olayına karşı yerel halk olumlu bakmaktadır. Turizmle birlikte bölgede herhangi bir olumsuz durumun yaşanmayacağı fikrine sahiptirler. Mevcut turizmin üzerine alternatif turizme konu olan diğer turizm çeşitlerinin de bölgede gelişmesi gerektiğini savunmaktadırlar.

Toprak (2015), turizm için önemli kültürel ve tarihi kaynaklara sahip olan Mardin ilindeki yerli halkın turizm konusundaki algısını ölçmek için çalışma yapmışlardır. Çalışmaya göre Mardin halkı turizmin en çok ekonomik etkilerini önemsemektedir ve turizmin gelişmesi için bölgede yapılacak projelere karşı olumlu yönde görüş bildirmişlerdir.

Sandal ve Karademir (2016), yapmış oldukları çalışmada, Katılımcıların neredeyse tamamına yakını Kahramanmaraş'ta turizmin, yerel halka ekonomik getiri sağlayacağına, bölgedeki işsizlik seviyesini düşüreceğine ve şehrin kalkınmasına yardımcı olacağı hakkında görüşler belirtmişlerdir. Araştırma içerisinde çok küçük bir yeri olsa da bazı katılımcılar ise bölgede turizmin yerel enflasyonu artıracak ve genel bir çöküşe neden olacağını savunmaktadırlar. Katılımcıların görüşlerine göre turizmin bölgedeki olumlu etkilerinin olumsuz etkilere göre daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Bir başka veriye göre turizm algısı üzerinde medeni durumun belirleyici bir etken olmadığı ortaya çıkmıştır. Gelir durumları, meslek, yaşların bir farklılık oluşturmadığı, katılımcıların turizme bakış açısında önemli bir değişim göstermediği belirtilmiştir.

Boğan ve Sarıışık (2016) yaptıkları çalışmada, Alanya ili yerel halkının turizmin etkileri hakkındaki görüşlerini ekonomik, çevresel ve sosyal yönden belirlemeye çalışmışlardır. Bu araştırmanın verilerine göre sosyo- demografik özelliklere göre bireylerin turizmin etkileri açısından algı farklılıkları olduğu belirtilmiştir. Erkek, bekâr aynı zamanda turizm faaliyetlerinde iş yapan akrabalara sahip olan kişilerin sosyal yönden olumlu bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Memleket olarak Alanyalı olup olmama, cinsiyet ve yaş gibi yönler göre de yine algı farklılıklarının olduğu ulaşılmıştır. Araştırmaya göre Alanya yerel halkının algı farklılıklarını birçok unsur etkilemektedir.

Işık ve Turan (2018) yaptıkları çalışmada, Analiz sonuçlarına göre yerel halkın demografik değişkenler ile ilgili algısında, yapılan çalışmaların verilerine göre farklılık gösterdiği için algı farklılığı tespit edilmiştir. Çıkan sonuçlara göre denilebilir ki yerel halkın turizm algısı bölgelere göre değişiklik göstermektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim seviyesinin yüksek olması, turizmin bölgedeki etkilerine yönelik algısının olumlu olmasını etkilemiştir.

Erkılıç, (2019) yaptığı araştırmanın, verilerine göre yerel halkın turizm algısı diğer araştırmaların verileri ile örtüşmektedir. Bölge halkının turizme verdiği destek ile ekonomik etkiler arasında olumlu yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bölgedeki turizme katkı veren ve etkileyen birinci unsur ise ekonomik yönden etkilerdir. Ayrıca turizmin gelişmesi için bazı öneriler ise şu şekildedir; Rize ilinde yaşayan yerel halkın turizm faaliyeti konusunda bilinçlendirilmesi, bölgedeki doğal, kültürel, tarihi kaynakların

korunmaya alınması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca turizmin gelişimi ile yapılacak olan altyapı ve üstyapı çalışmaları sırasında oluşacak tahribata (doğa, kültürel) dikkat edilmesi gerektiği ve bölgedeki sivil toplum kuruluşlarının daha aktif olması gerektiği vurgulanmıştır.

Ataman ve Özer (2020) yaptıkları araştırmada, Mardin halkına turizm faaliyetlerine destek vermektedir. Yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik algıları ve bölgede turizme verilen destek arasında olumlu yönde bir ilişkiye vardır. Yine benzer yönde çevresel etkilerin ve turizme verilen desteğin arasında olumlu yöndeki ilişki tespit edilmiştir. Elde edilen sosyo-kültürel sonuçlara göre ise Mardin halkının gelenek ve göreneklerine sıkı sıkıya bağlı olduğu, turizmin gelişimi ile sosyo-kültürel etkiler ne kadar fazla olursa olsun turizmi desteklemekten vazgeçecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR

Çalışmanın üçüncü bölümünde Burdur ili merkezinde ikamet eden il halkının Burdur Turizmi ile ilgili algılarının ölçüldüğü saha araştırmasının metodolojisi ve bulguları yer almaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın amacı, evreni ve örneklemini, yöntemi ve bulguları aşağıda sırasıyla yazılmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Türkiye turizm çeşitliliği bakımından oldukça önemli bir noktadadır. Klasik deniz, kum, güneş üçlüsünün ön plana çıktığı sahil turizminin yanında alternatif turizm türleri bu çeşitliliği artırmaktadır. Burdur ili doğası, dağları, akarsuları, gölleri, sahip olduğu kültürel, tarihi kaynakları ile alternatif turizm ve kitle turizmi üzerine uygulanabilecek stratejiler sonucunda, bölge ekonomisine ve ülke ekonomisine önemli katkılar sunabilir.

Turizmin gelişimini etkileyen birçok değişken bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi de yerel halkın turizmle olan ilişkisidir. Yerel halkın tutumu, davranışları, bilinci, turizm algısı, turizme bakış açısı turizmin gelişimi için en önemli etkenler arasında sayılmaktadır.

Bu mercekten bakıldığında, uygulanan anket yöntemi ile yerel halkın görüşleri analize tabi tutularak ilde mevcut turizmi nasıl buldukları, hangi alternatif turizm çeşitlerinin bölgeye uygun olduğu, turizm çeşitlendirmesinin bölgeye katacağı fırsatların neler olabileceği ortaya konmuştur. Turistlerle nasıl bir ilişkiye sahip oldukları, bölgenin turist kimliğini kimlerin oluşturması gerektiğini, turizmin gelişmesi ile birlikte çevresel, ekonomik, kültürel etkileri neler olabilir ve bu etkenler, Burdur turizmin gelişimini nasıl etkiler sorusuna cevap aranmıştır. Yerel halkın turizmle olan ilişkisi nasıldır ve yerel halkın tatile gitme alışkanlıkları ölçülerek yerel halkın turizm gelişimindeki önemi araştırılmıştır. Burdur ilinin turizm açısından avantajları ve dezavantajları ele alınmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

TÜİK'e göre araştırmanın başladığı 5 Nisan 2020 tarihinde Burdur İli'nin toplam nüfusu 267.092 kişi olarak görünmektedir (<https://cip.tuik.gov.tr/#>). Burdur İli'nin merkezinde bulunan toplam 111.984 kişinin 56.902 (%50.81) kişisi erkek ve 55.082 (%49,19) kişisi kadın olarak ifade edilmektedir. Araştırmada % Nisan 2020 tarihinden itibaren iki temel mecrada yürütülmüştür. Araştırma 1 Nisan 2020 tarihinden itibaren iki temel mecrada yürütülmüştür. Birincisi, 5 Nisan 2020 tarihinden itibaren Covid-19 salgını ile birlikte sokağa çıkma yasağı gelene kadar bir haftalık süreçte çarşı merkezinde anket yapmayı kabul eden 187 kişilik halk ve esnaflardır. İkincisi ise Covid-19 yasakları ile sokağa çıkma kısıtlamalarından dolayı sosyal medya üzerinden anket yapmayı kabul eden 237 kişi ankete katılım sağlamıştır. Örneklem yöntemi olarak Kolayda Örneklem Yöntemi seçilmiştir. Kolayda Örneklem, evren dahil olan insanlar içerisinde tesadüfi olmayan bir şekilde araştırmaya örneklem olarak katılmak isteyen bireylere anketin uygulandığı bir örneklem yöntemidir (Haşiloğlu vd., 2015: 20). Kolayda örneklem yöntemi kullanılarak toplamda 450 kişi üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilebilmiştir. Aşağıdaki Tablo 1'e göre, 0.05 örneklem hatasında 100.000 kişide 383 kişinin seçilmesinin yeterli olacağı görülmektedir.

Tablo 4. Hata Payına Göre Alınabilecek Örneklem

Evren Büyükliği	± 0.03 örneklem hatası (d)			± 0.05 örneklem hatası (d)			± 0.10 örneklem hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5 (heterojen)	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5 (heterojen)	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5 (heterojen)	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1.000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2.500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5.000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10.000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25.000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50.000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100.000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1.000.000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

p=gerçekleşme olasılığı

q=gerçekleşmeme olasılığı

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) 'den alıntılanan, Aktürk ve Tekman, 2016: s.430.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi seçilmiştir. Ankette toplam 22 soru yer almaktadır. İlk 8 soru ankete katılan kişilerle ilgili demografik veriler toplamaya yönelik sorulardır. 9, 10 ve 11. Sorular ankete katılan kişinin genel anlamda turizm ile ilgili algısını tatilde nerede olduklarını ölçen sorulardır. Bu sorular kapalı uçlu ve çoktan seçmeli sorulardır. 12-21 arası tüm sorular Burdur ile ilgili olarak katılımcıların turizm algısını ölçmeye yönelik olan sorulardır. Bu sorularda kapalı uçlu sorulardır ancak bazı sorularda (14, 15, 16, 17, 18 ve 21) birden fazla şıkkın seçilmesi istenmiştir. Anketin en sonunda katılımcılara açık uçlu olarak iletilen Burdur turizminin gelişmesine yönelik önerilerini almak için oluşturulmuş bir soru yer almaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçek Kervankıran (2013) Afyonkarahisar İlinin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi isimli kitap çalışmasında yer alan ölçekten yararlanılarak hazırlanmıştır. Ankette yer alan sorular sınıflama ölçeği (nominal ölçek) ve sıralama ölçeği (ordinal ölçek) sorularıdır. Sınıflama ölçeği; bir kişi, nesne ya da olayı belli bir simgeye veya sayıya göre belli bir özelliğe sahip olup olmadığına göre ayırmaya yarayan sorulardır. Aynı isim altında toplanan birimlerde belirli bir özelliği taşıma açısından eşitlik vardır. Örneğin, erkek ve kadın olmak üzere iki farklı isim altında katılımcılar ayrılmaktadır. Yalnız bu iki gruptaki insanlar erkek ve kadın olmak açısından bir araya toplanmaktadır. Bununla birlikte kısa veya uzun olmak vb. gibi özellikler açısından eşitlik olmayabilir. Verilen cevaplar neticesinde oluşan değerler mesela; Kadın (1) ve Erkek (2) aralarında bir sayısal büyüklük ifade etmemektedir. 1 ve 2 kadın ve erkek cinsiyetlerini temsil etmektedir (Karagöz, 2019: 8). Sıralama ölçeği; sınıflama ölçeğine ek olarak kişi, nesne ya da olayı önem ve büyüklüklerine göre sıralar. Birinin diğerinden daha büyük veya önemli olduğunu işaret eder ama aralarındaki büyüklük farkını söylemez. Öğeleri önem derecesine göre veya büyüklüğüne göre sıralar ama öğelerin birinin diğerinden ne kadar büyük ya da küçük olduğunu söylemez (Karagöz, 2019: 9). Dolayısıyla sıralama ölçeği bir şeyin derecesini değil grubunu belirtmektedir. Anketi incelemek isteyenler için anket formu ek 1 kısmında yer almaktadır.

Analiz yöntemi olarak iki temel istatistiksel yöntem kullanılmıştır. Birincisi, her bir soru için frekans ve yüzde dağılımlarını gösteren tamamlayıcı istatistiksel analizlerdir. İkincisi ise araştırmaya dahi olan gruplar arasında (örneğin; cinsiyet grupları, gelir

grupları vs.) Burdur turizmi ile ilgili algılama farklılığını ölçen Ki Kare testi bulgularıdır. Ki Kare testi kullanılmasının sebebi, ankette kullanılan ölçeklerin daha önce de belirtildiği gibi sınıflama ve sıralama ölçekleri olmasıdır. Ki Kare testi parametrik olmayan bir testtir (Karagöz, 2010). Algı farklılıklarını ölçmek için kullanılan T Testi, Anova Testi gibi parametrik testlerin kullanılabilmesi için; veriler rassal ve bağımsız olarak elde edilmeli, en azından eşit aralıklı (interval) ölçek kullanılarak elde edilen veriler olması, ana kütle varyanslarının homojen olması gibi şartlarının yanı sıra her testin kendine göre şartları da vardır. Dolayısıyla sınıflama veya sıralama ölçeği ile elde edilen veriler üzerinde parametrik olmayan testlerin uygulanması gerekmektedir (Karagöz, 2019: 517).

3.4. Araştırmanın Bulguları

Bulgulara iki ana başlık altında sunulmaktadır. Birincisi demografik sorulara verilen cevapları da içeren tamamlayıcı istatistikî bulgulardır. Tamamlayıcı istatistikî bulgularda anketteki tüm sorulara verilen cevapların yüzde ve frekans dağılımları gösterilmektedir. İkincisi ise Burdur halkının algı farklılıklarını ortaya çıkarmaya yönelik ilişki testi bulgularıdır.

3.4.1. Tamamlayıcı İstatistikî Bulgular

Ankette yer alan tüm sorulara verilen cevaplar neticesinde elde edilen veriler üzerinde frekans ve yüzde dağılımlarına bakılmıştır. Bu bulgular aşağıda tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 5. Katılımcıların Cinsiyet ve Yaş Dağılımı

	Frekans	(%)	Yaş	Frekans	(%)
Erkek	276	61,3	18'den Küçük	6	1,3
Kadın	174	38,7	18-30	208	46,2
Genel Toplam	450	100	31-40	113	25,1
			41-50	61	13,6
			51-60	46	10,2
			60 Üzeri	16	3,6
			Genel Toplam	450	100

Ankete katılanların cinsiyet ve yaş dağılımı Tablo 5'de verilmiştir. Buna göre katılımcıların % 61,3'ü erkek ve %38,7'si kadınlardan oluşmaktadır. Ankette sorulan

ikinci soru ise yaş sorusudur. Anketin her yaş grubundan kişilere uygulanmasına özen gösterilmiştir. Tablo 1'e göre 18 yaş altı kişiler %1,3'lük bir dilimi oluşturmaktadır. 18-30 yaş arası %46,2 ve 31-40 yaş arası %25,1 ile ankete en çok katılımın sağlandığı yaş gruplarıdır. 41-50 arası yaş grubunun katılımı %13,6 olmuştur. 51-60 yaş aralığında ankete katılanların oranı %10,2 ve 60 yaş üzeri katılımcıların oranı ise %3,6'dır.

Tablo 6. Katılımcıların Öğrenim Düzeyi ve Medeni Durumu

	Frekans	(%)	Medeni Durum	Frekans	(%)
Üniversite	251	55,8	Evli	228	50,7
Lise	122	27,1	Bekâr	213	47,3
Lisansüstü	29	6,4	Diğer	9	2
Ortaokul	28	6,2	Genel Toplam	450	100
İlkokul	20	4,4			
Genel Toplam	450	100			

Ankete katılanların medeni durumlarına ilişkin sonuçlar ise,, % 50,7 evli,, % 47,3 bekar ve % 2'lik kısmı diğer şeklindedir. Burdur ilinin turizminin gelişmesinde ve turizme olan bakışta en önemli belirleyicilerden ve değişkenlerden sayılan medeni durum ve öğrenim düzeyine bakıldığında ankete katılanların büyük çoğunluğunu üniversite (% 55,8) ve lise (% 27,1) öğrenim düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Meslek ve Aylık Gelir Dağılımı

	Frekans	(%)	Aylık Gelir	Frekans	(%)
Öğrenci	111	24,7	1000 TL altı	51	11,3
Memur	95	21,1	1001-2000	34	7,6
İşçi	80	17,8	2001-4000	209	46,4
Serbest Meslek	43	9,6	4001 ve üstü	112	24,9
Emekli	35	7,8	Gelirim Yok	44	9,8
Diğer	33	7,3	Genel Toplam	450	100
Tüccar	32	7,1			
Ev Hanımı	21	4,7			
Genel Toplam	450	100			

Yapılan çalışmada katılımcıların mesleklerine ilişkin sonuçlar, %24,7 öğrenci, %21,1 memur, %17,8 işçi, %9,6 serbest meslek, %7,8 emekli, %7,1 tüccar, %4,7 ev hanımı, %7,3 diğer şeklindedir. Katılımcıların çeşitliliği ve çalışmada birçok meslek grubunun fikrinin alınması çalışma için oldukça önemlidir. Aylık gelir durumuna ilişkin sonuçlar ise, 2001-4000 bandında %46,4, 4001 ve üstü %24,9'luk büyük bir kısmı kapsamaktadır.

Tablo 8. Katılımcıların Aile Gelirini Değerlendirme Şekli

	Frekans	(%)
Diğer	130	28,9
Döviz-Banka-Altın	125	27,8
Gayrimenkul Alma	74	16,4
Yapılan İş Büyütme	68	15,1
Toprak Alma	53	11,8
Genel Toplam	450	100

Ailelerin gelirlerinin belirlenmesindeki temel amaç Burdur turizminin geleceği açısından yerel halkın gelirini nasıl değerlendirdiğinin saptanmasıdır. Anket cevaplarına göre bölge halkı (%28,9) diğer, döviz, banka, altın (%27,8) ve gayrimenkul alma (% 16,4) şeklindedir. Ankete katılanların çoğunluğu gelirlerini (%28,9) diğer, temel ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmaktadır. Diğer çoğunluğu oluşturan Döviz, banka, altın (%27,8) ve gayrimenkul alma (%16,4) gelirlerini pasif yatırım olarak değerlendirmektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Yabancı Dil Bilme Durumu

	Frekans	(%)	Yabancı Diller	Frekans	(%)
Hayır	338	75,1	Bilmiyor	338	75,1
Evet	112	24,9	İngilizce	95	21,1
Genel Toplam	450	100	Diğer	9	2
			Almanca	7	1,6
			Rusça	1	0,2
			Genel Toplam	450	100

Ankete katılanlara sorulan, Yabancı dil biliyor musunuz? Sorusuna %75,1 hayır, %24,9'si evet olarak cevap vermiştir. Anketi evet olarak cevaplayan 112 kişinin 95'i İngilizce (%21,1), (%1,6) 'ı Almanca bilen 7 kişi, (%0,2) 'si Rusça bilen 1 kişi ve diğer dilleri bilen (%2) 'si 9 kişidir. Diğer dillere göre İngilizce bilenlerin oranının fazla olması, dünya dili olarak sayılmasının etkisi görülmektedir. Anketi oluşturan 450 kişinin 338'i ise yabancı dil bilmeyen kesimi oluşturmaktadır. Tabloya göre yabancı dil bilme konusunda oranların düşük olduğu saptanmıştır.

Tablo 10. Katılımcıların Turizme Bakışına Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet	263	58,4
Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet	89	19,8
Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet	44	9,8
İnsanları kaynaştıran bir faaliyet	40	8,9
Çevreyi kirleten bir faaliyet	7	1,6
Çevreyi güzelleştiren bir faaliyet	6	1,3
Diğer	1	0,2
Genel Toplam	450	100

“Size göre turizm ne demektir?” sorusuna ankete katılan 450 kişi de cevap vermiştir. Ankete katılanların büyük bir kısmı (%58,4) turizmi ekonomiyi geliştiren bir faaliyet olarak değerlendirmiştir. Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet olarak cevaplayan (%19,8), İnsanları kaynaştıran bir faaliyet olarak cevap veren (%8,9), (%1,3) ’ü ise çevreyi güzelleştiren bir faaliyet olarak cevap vermiştir. Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet olarak cevap veren (%9,8), Çevreyi kirleten bir faaliyet olarak cevap veren (1,6), (%0,2) diğer şıkkını işaretleyenleri oluşturmaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Tatile Gitme Durumuna Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Evet	332	73,8
Hayır	118	26,2
Genel Toplam	450	100

Ankete katılan 450 kişinin turizm faaliyetine katılıp katılmadığını öğrenmek için “Tatile gider misiniz” sorusu sorulmuştur. Cevaplara göre tatile gidenlerin oranı, gitmeyenlerin oranına göre çoğunluğu oluşturmaktadır. Ankete katılanların (%73,8) ’i evet, (%26,2) ’i hayır cevabını vermişlerdir.

Tablo 12. Katılımcıların Tatillerini Geçirdikleri Yerlere Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Akdeniz bölgesi	185	41,2
Tatile çıkmayanlar	118	26,2
Burdur ve yakın çevresi	80	17,8
Ege bölgesi	42	9,3
Diğer bölgeler	20	4,4
Yurt dışı	5	1,1
Genel Toplam	450	100

“Yıllık tatilinizin büyük kısmında nereye gidersiniz?” sorusu sorulmuştur. Ankete katılanların cevaplarına göre Burdur halkı tatilinin büyük kısmını Akdeniz bölgesinde (%41,2) geçirmektedir. Bunu, Burdur ve yakın çevresi olarak (%17,8), Ege bölgesi (%9,3), diğer bölgeler (%4,4) ve yurt dışında tatilini geçirenler ise (%1,1) şeklinde takip etmektedir. Akdeniz bölgesinin çoğunluğu oluşturması önemli ve dikkat çekicidir. Ayrıca Tablo 11’de tatile gitmeyen 118 kişinin oranı da (%26,2) şeklindedir.

Tablo 13. Katılımcıların Burdur’un Mevcut Turizm İmkanlarıyla İlgili Düşünceleri Açısından Dağılımı

	Frekans	(%)
Turizm imkânlarını çekici bulmuyorum	158	35,1
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite arttırılmalı	138	30,7
Tarihi ve kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalıdır	103	22,9
Yeterli buluyorum	47	10,4
Diğer	4	0,9
Genel Toplam	450	100

Burdur halkının ilin mevcut turizm imkânlarını hakkında ve gelişmesi için ileriye dönük neler yapılabileceği konusunda düşüncelerini saptamak için “Burdur’un mevcut turizm imkânlarını nasıl buluyorsunuz?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların (%35,1) ’i turizm imkânlarını çekici bulmuyorum cevabını vermiştir. Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite arttırılmalı (%30,7), tarihi ve kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalıdır (%22,9), yeterli buluyorum (%10,4), diğer (%0,9) şeklindedir.

Tablo 14. Katılımcıların Burdur’un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Bakışı Açısından Dağılımı

	Frekans	(%)
Alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikler	138	30,7
Sakin ve güvenli bir ortam	132	29,3
Tarihsel-kültürel kaynaklar yönünden zenginlik	97	21,6
Yolların kesiştiği yerde bulunması (Erişilebilirliği)	80	17,8
Diğer	3	0,7
Genel Toplam	450	100

Burdur turizminin en önemli özelliğinin ne olduğunu öğrenmek için sorulan bu soruda katılımcıların (%30,7) ’i alternatif turizme uygun zengin ve doğal güzellikler cevabını vermişlerdir. Sakin ve güvenli ortam (%29,3), tarihsel, kültürel kaynaklar yönünden zenginlik (%21,6), yolların kesiştiği yerde bulunması (%17,8), diğer (%0,7) şeklinde cevap vermişlerdir.

Tablo 15. Katılımcıların Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Düşüncelerinin Dağılımı

	Frekans	(%)
Turizm gelişimi için alt yapı ve üst yapının yeterli olmayışı	249	55,3
Turizm yatırımlarının yeterli olmayışı	233	51,8
Burdur halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması	217	48,2
Turizm çeşitlendirmesinin az olması	199	44,2
Yöredeki kamu kurumlarının, yerel yönetimlerin ve özel sektörün turizmin gelişimi için yeterli ve istekli olmayışı	130	28,9
Tanıtımının ve reklamının yeterli olmaması	107	23,8
Doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının turistik ürüne çevrilmemiş olması	97	21,6
Turistik hizmet kalitesinin yeterli olmayışı	64	14,2
Ulaşım olanakları (havayolu gibi) bakımından yeterli olmayışı	27	6,0
Doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunamamış olması	23	5,1
Diğer	7	1,6

Burdur ilinin turizm açısından zayıf yönlerini belirlemek için bu bölümde katılımcılara “Burdur ilinin en zayıf yönleri nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılardan en önemli ilk üç şıkkın işaretlenmesi istenmiştir. Katılımcılar %55,3 oranında Burdur ilinde turizm yatırımlarının yeterli olmadığını belirtmiştir. Turizm gelişimi için alt yapı ve üst yapının yeterli olmayışı (%51,8), Burdur halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması (%48,2) olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 16. Katılımcıların Burdur'un Turizmde Rekabet Avantajı İle İlgili Görüşlerine Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Sakin ve güvenli bir ortam	372	82,7
Ulaşımın (erişebilirliğin) kolay olması	291	64,7
Doğal güzelliklerin ilgi çekici olması	265	58,9
Tarihi ve kültürel yapıların korunmuş olması	231	51,3
Tatilin ucuz olması	126	28,0
Diğer	64	14,2
Yakın çevrede başka turistik yer olmaması	-	-

Ankete katılanlara Burdur ilinin turizmde konu olan unsurlardan, rekabet avantajı oluşturan en önemli üç unsur sorulmuştur. Verilen cevaplara göre ankete katılan yerel halkın, sakin ve güvenli bir ortam (%82,7), ulaşımın kolay olması (%64,7), doğal güzelliklerin ilgi çekici olması (%58,9) şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir.

Tablo 17. Katılımcıların Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Düşüncelerine Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Kişilere yeni iş kaynakları doğurur	313	69,6
Diğer sektörleri geliştirir	217	48,2
Şehrimizi kalkındırır	215	47,8
Yerel ürünlere değer kazandırır	169	37,6
Gelirimizi artırır	167	37,1
Dış yatırımcılar şehre canlılık getirir	118	26,2
Eski meslekleri canlandırır	76	16,9
Fiyatlar artar	29	6,4
Yerel ve küçük esnaf sıkıntıya düşer	15	3,3
Ticaret ahlakı bozulur	14	3,1
Diğer	7	1,6
Diğer sektörlerde gerilemeye sebep olur	6	1,3

Turizmin ekonomik açıdan olumlu veya olumsuz birçok etkisi bulunmaktadır. Burdur turizminin hangi ekonomik etkilere yol açacağını belirlemek için katılımcılara yönelttiğimiz soruda, katılımcılardan en önemli ilk üç unsuru seçmeleri istenmiştir. Katılımcıların cevaplarına göre kişilere yeni iş kaynakları doğurur %69,6, diğer sektörleri geliştirir %48,2, şehrimizi kalkındırır %47,8 şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir.

Tablo 18. Katılımcıların Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Düşüncelerine Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Tarihi ve kültürel yapılar koruma altına alınır	220	48,9
Doğal ortam korunarak gelecek nesillere ulaşmasını sağlar	209	46,4
Kentsel hizmetler iyileştirilir	180	40,0
Doğal çekicilikler koruma altına alınır	168	37,3
Yolların kalitesi iyileştirilir	164	36,4
Halkın yerel doğal/kültürel kaynaklara ilişkin farkındalığı yükselir	161	35,8
Çevre düzenlemeleri artırılır	141	31,3
Turizme konu olan alanlar plansız, gelişi güzel büyür	29	6,4
Çöp ve çevre temizliği sorunları artar	28	6,2
Doğal, tarihi ve kültürel güzellikler tahrip edilir	20	4,4
Kalabalık ve gürültü artar	20	4,4
Diğer Tarihi yapılar bozulur	6	1,3
	3	0,7

Katılımcılara sorulan size göre “Burdur’da turizmin gelişmesi hangi çevresel etkilere yol açar?” sorusuna, katılımcılardan en önemli ilk üç unsurun işaretlenmesi istenmiştir. Katılımcıların cevaplarına göre tarihi ve kültürel yapılar koruma altına alınır

%48,9, doğal ortam korunarak gelecek nesillere ulaşması sağlanır %46,4, kentsel hizmetler iyileştirilir %40 görüşlerini belirtmektedirler.

Tablo 19. Katılımcıların Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Düşüncelerine Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Kültürel etkinlikler artar	235	52,2
Doğal, tarihi, kültürel kaynakları koruma bilinci gelişir	235	52,2
Halkın yaşam standardı yükselir	200	44,4
İlin doğal ve kültürel değerlerinin tanınması artar	179	39,8
Halkın turizm anlayışında değişmeye neden olur	172	38,2
İlin nüfusu artar	170	37,8
Halkın davranış şekli ve yaşam biçimi değişir	103	22,9
Toplumsal değerler olumsuz yönde değişir	19	4,2
Burdur kimliği kaybolmaya başlar	17	3,8
Gelenekler kaybolmaya başlar	13	2,9
Diğer	6	1,3

Yerel halka uygulanan anket sonucunda, halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yaklaşımı şöyledir: Ankete katılanların %52,2’si doğal, tarihi, kültürel kaynakları koruma bilinci gelişir, yine %52,2’si kültürel etkinlikler artar, %44,4 halkın yaşam standardı yükselir görüşlerini belirtmişlerdir.

Tablo 20. Katılımcıların Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Türüne Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Tesadüfî diyaloglar (adres sorma vb.)	198	44,0
İletişim kurmuyorum	165	36,7
Ayaküstü sohbet etme	42	9,3
Misafir olarak ağırlama	23	5,1
İş bağlantısı	11	2,4
Diğer	11	2,4
Genel Toplam	450	100

Uygulanan anket ile katılımcılara Burdur iline gelen turistlerle iletişimi sorulmuş, hangi yollar ile iletişim kurdukları saptanmıştır. Katılımcıların görüşlerine göre %44 oranında tesadüfî diyaloglar ve %36,7 oranında iletişim kurmuyorum görüşleri belirtilmiştir.

Tablo 21. Katılımcıların Burdur'un Turist Kimliği İle İlgili Görüşlerine Göre Dağılımı

	Frekans	(%)
Fark etmez / Karışık	244	54,2
Şehir dışından gelenler	97	21,6
Yabancı turistler	57	12,7
Burdur halkı	50	11,1
Diğer	2	0,4
Genel Toplam	450	100

Yapılan çalışmada katılımcılara Burdur ilinin turist kimliğini kimlerin oluşturması gerektiği sorusu sorulmuştur. Katılımcıların görüşlerine göre fark etmez / karışık cevabını verenlerin oranı %54,2'dir. Şehir dışından gelen turistler ise %21,6'lık kısmı oluşturmaktadırlar.

Tablo 22. Katılımcıların Burdur Turizminin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Görüşlerine Göre Dağılımları

	Frekans	(%)
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı	249	55,3
Yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı	199	44,2
Konaklama tesisleri çoğaltılmalı	188	41,8
Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli	132	29,3
Yenileme ve restoreye önem verilmelidir.	99	22,0
Fiyatlar ucuzlatılmalı	95	21,1
Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli	93	20,7
Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı	92	20,4
Kültür turizmi, kongre turizm gibi yeni turizm türleri oluşturulmalı	87	19,3
Daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmalıdır	56	12,4
Ulaşım olanakları geliştirilmelidir	28	6,2
Daha fazla gelişmemelidir	28	6,2
Diğer	3	0,7

Katılımcılara Burdur'da turizmin daha fazla gelişmesi için neler yapılmalıdır sorusu sorulmuştur. Katılımcıların cevaplarına göre en önemli ilk üç unsur şunlardır: Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı %55,3, yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı %44,2, konaklama tesisleri çoğaltılmalı %41,8 görüşlerini belirtmişlerdir.

3.4.2. İlişki Testlerine Yönelik Bulgular

Yapılan saha araştırması neticesinde elde edilen veriler üzerinde farklı demografik grupların arasında algı farklılığının olup olmadığı Ki Kare testi yardımıyla analiz

edilmiştir. İlk olarak genel anlamda turizm ile ilgili olarak örnekleme dâhil olan kadın ve erkekler arasında bir algıya farklılığı olup olmadığı Tablo 19'deki gibi görülmektedir.

Tablo 23. Kadın ve Erkekler Arasında Genel Olarak Turizmle İlgili Algı Farklılığı

	Erkek		Kadın		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet	171	62,0	92	52,9	,137
Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet	51	18,5	38	21,8	
İnsanları kaynaştıran bir faaliyet	26	9,4	14	8,1	
Çevreyi güzelleştiren bir faaliyet	3	1,1	3	1,7	
Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet	19	6,9	25	14,4	
Çevreyi kirlüten bir faaliyet	5	1,8	2	1,1	
Diğer	1	0,3	0	0,0	
Toplam	276	100	174	100	

Tablo 23'de görülen Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten büyük çıktığı için (0,137>0,05) örneklem dâhilindeki kadın ve erkekler arasında turizmin genel anlamda ne ifade ettiği ile ilgili algılama farklılığı yoktur.

Tablo 24. Yaş Grupları Arasında Genel Olarak Turizmle İlgili Algı Farklılığı

	18'den küçük		18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet	0	0,0	127	61,1	64	56,6	37	60,7	26	56,5	9	56,2	0,18
Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet	4	66,7	37	17,8	27	23,9	11	18,0	7	15,2	3	18,8	
İnsanları kaynaştıran bir faaliyet	1	16,7	12	5,8	9	8,0	7	11,5	7	15,2	4	25,0	
Çevreyi güzelleştiren bir faaliyet	1	16,7	3	1,4	0	0,0	0	0,0	2	4,3	0	0,0	
Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet	0	0,0	25	12,0	9	8,0	6	9,8	4	8,7	0	0,0	
Çevreyi kirlüten bir faaliyet	0	0,0	3	1,4	4	3,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
Diğer	0	0,0	1	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
Toplam	6	100	208	100	113	100	61	100	46	100	16	100	

Tablo 24'de görülen Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten büyük çıktığı için (0,18>0,05) örneklem dâhilindeki kadın ve erkekler arasında turizmin genel anlamda ne ifade ettiği ile ilgili algılama farklılığı yoktur.

Tablo 25. Eğitim Düzeyleri Arasında Genel Olarak Turizmle İlgili Algı Farklılığı

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet	9	45,0	20	71,4	71	58,2	146	58,2	17	58,6	,136
Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet	3	15,0	4	14,3	23	18,9	51	20,3	8	27,6	
İnsanları kaynaştıran bir faaliyet	4	20,0	2	7,1	20	16,4	13	5,2	1	3,4	
	1	5,0	0	0,0	2	1,6	3	1,2	0	0,0	
Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet	3	15,0	2	7,1	5	4,1	32	12,7	2	6,9	
Çevreyi kirlüten bir faaliyet	0	0,0	0	0,0	1	0,8	5	2,0	1	3,4	
Diğer	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4	0	0,0	
Toplam	20	100	28	100	122	100	251	100	29	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten büyük çıktığı için (0,136>0,05) örneklem dâhilindeki eğitim düzeyleri arasında algılama farklılığı yoktur.

Tablo 26. Gelir Düzeyleri Arasında Genel Olarak Turizmle İlgili Algı Farklılığı

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4000 TL üstü		Gelirim Yok		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet	29	56,9	22	64,7	121	57,9	69	61,6	22	50,0	,394
Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet	13	25,5	6	17,6	39	18,7	21	18,8	10	22,7	
İnsanları kaynaştıran bir faaliyet	3	5,9	2	5,9	24	11,5	7	6,2	4	9,1	
Çevreyi güzelleştiren bir faaliyet	2	3,9	0	0,0	1	0,5	0	0,0	3	6,8	
Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet	4	7,8	4	11,8	20	9,6	12	10,7	4	9,1	
Çevreyi kirleten bir faaliyet	0	0,0	0	0,0	3	1,4	3	2,7	1	2,3	
Diğer	0	0,0	0	0,0	1	0,5	0	0,0	0	0,0	
Toplam	51	100	34	100	209	100	112	100	44	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten büyük çıktığı için (0,394>0,05) örneklem dâhilinde gelir düzeyleri arasında algılama farklılığı yoktur.

Tablo 27. Kadın ve Erkek Arasında Tatile Gitme Alışkanlığı İle İlgili Farklılıklar

	Erkek		Kadın		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
Evet	190	68,8	142	81,6	,003
Hayır	86	31,2	32	18,4	
Genel Toplam	276	100	174	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için (0,003<0,05) örneklem dâhilindeki kadın ve erkekler arasında tatile gitme davranışı açısından bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Erkeklerin %68,8'i ve kadınların %81,6'sı tatile gitme tercihini evet şeklinde belirtmektedir.

Tablo 28. Yaş Grupları Arasında Tatile Gitme Alışkanlığı İle İlgili Farklılıklar

	Evet		Hayır		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
18'den küçük	4	66,7	2	33,3	,256
18-30	162	77,9	46	22,1	
31-40	82	72,6	31	27,4	
41-50	38	62,3	23	37,7	
51-60	35	76,1	11	23,9	
60 üzeri	11	68,8	5	31,2	
Genel Toplam	332	% 73,8	174	% 26,2	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten büyük çıktığı için (0,256>0,05) örneklem dâhilinde yaş grupları arasında tatile gitme alışkanlığı açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir.

Tablo 29. Eğitim Düzeyleri Arasında Tatile Gitme Alışkanlığı İle İlgili Farklılıklar

	Evet		Hayır		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
İlkokul	14	70,0	6	30,0	,000
Ortaokul	11	39,3	17	60,7	
Lise	71	58,2	51	41,8	
Üniversite	207	82,5	44	17,5	
Lisansüstü	29	100	0	0,0	
Genel Toplam	332	% 73,8	118	% 26,2	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için (0,000<0,05) örneklem dâhilindeki eğitim düzeyleri arasında algı farklılığı vardır. Lisansüstü düzeyde tatile gider misiniz sorusuna evet diyenlerin oranı %100'iken, ortaokul düzeyindekilerin oranı %39,3'dür. Bu sonuç eğitim düzeyi ile tatile gitme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişkiyi de göstermektedir.

Tablo 30. Gelir Düzeyleri Arasında Tatile Gitme Alışkanlığı İle İlgili Farklılıklar

	Evet		Hayır		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
1000 TL altı	32	62,7	19	37,3	,000
1001-2000	31	91,2	3	8,8	
2001-4000	139	66,5	70	33,5	
4001 üstü	101	90,2	11	9,8	
Gelirim Yok	29	65,9	15	34,1	
Genel Toplam	332	% 73,8	118	% 26,2	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için (0,000<0,05) örneklem dâhilindeki gelir düzeyleri arasında algı farklılığı vardır. 4001 üstü düzeyde tatile gider misiniz sorusuna evet diyenlerin oranı %90,2'iken, 1000 TL altı düzeyde gelire sahip olanlardan evet diyenlerin oranı ise %62'7dir.

Tablo 31. Kadın ve Erkekler Arasında Burdur'un Turizm İmkanları İle İlgili Algı Farklılıkları

	Erkek		Kadın		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
Turizm imkânlarını çekici bulmuyorum	116	42,0	42	24,1	,002
Yeterli buluyorum	23	8,3	24	13,8	
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite artırılmalı	74	26,8	64	36,8	
Tarihi ve kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalıdır	60	21,7	43	24,7	
Diğer	3	1,1	1	0,6	
Toplam	276	100	174	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için ($0,002 < 0,05$) örneklem dâhilindeki kadın ve erkekler arasında algı farklılığı vardır. Turizm imkânlarını çekici bulmuyorum diyen erkeklerin oranı %42,0'iken, kadınların oranı %24,1'dir. Turizm imkânlarını yeterli buluyorum diyen erkeklerin oranı %8,3'iken kadınların oranı ise 13,8'dir.

Tablo 32. Yaş Grupları Arasında Burdur'un Turizm İmkânları İle İlgili Algı Farklılıkları

	18'den küçük		18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Turizm imkânlarını çekici bulmuyorum	2	33,3	64	30,8	44	38,9	22	36,1	19	41,3	7	43,8	,955
Yeterli buluyorum	2	33,3	24	11,5	11	9,7	6	9,8	3	6,5	1	6,2	
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite artırılmalı	1	16,7	70	33,7	32	28,3	18	29,5	12	26,1	5	31,2	
Tarihi ve kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalıdır	1	16,7	47	22,6	25	22,1	15	24,6	12	26,1	3	18,8	
Diğer	0	0,0	3	1,4	1	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
Toplam	6	100	208	100	113	100	61	100	46	100	16	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten büyük çıktığı için ($0,955 > 0,05$) örneklem dâhilindekilerin yaş grupları arasında Burdur'un turizm imkânları ile ilgili olarak algılama farklılığının olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 33. Eğitim Düzeyleri Arasında Burdur'un Turizm İmkânları İle İlgili Algı Farklılıkları

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Turizm imkânlarını çekici bulmuyorum	2	10,0	14	50,0	58	47,5	78	31,1	6	20,7	,000
Yeterli buluyorum	4	20,0	4	14,3	12	9,8	27	10,8	0	0,0	
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite artırılmalı	3	15,0	3	10,7	34	27,9	85	33,9	13	4,8	
Tarihi ve kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalıdır	11	55,0	7	25,0	18	14,8	57	22,7	10	4,5	
Diğer	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	1,6	0	0,0	
Toplam	20	100	28	100	122	100	251	100	29	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için ($0,000 < 0,05$) örneklem dâhilindeki eğitim düzeyleri arasında algı farklılığı vardır. Turizm imkânlarını çekici bulmuyorum diyen ortaokul mezunları oranı %50, turizm imkânlarını yeterli buluyorum diyen lisansüstü eğitim düzeyindeki insanların oranı %0, tarihi ve kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalıdır sorusuna olumlu yaklaşan eğitim düzeyi ise %55 ile ilkökul mezunlarıdır.

Tablo 34. Gelir Düzeyleri Arasında Burdur'un Turizm İmkanları İle İlgili Algı Farklılıkları

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4000 TL üstü		Gelirim Yok		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Turizm imkânlarını çekici bulmuyorum	14	27,5	12	35,3	87	41,6	32	28,6	13	29,5	,002
Yeterli buluyorum	7	13,7	7	20,6	20	9,6	8	7,1	5	11,4	
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite arttırılmalı	16	31,4	9	26,5	53	25,4	45	40,2	15	34,1	
Tarihi ve kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalıdır	14	27,5	6	17,6	49	23,4	26	23,2	8	18,2	
Diğer	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,9	3	6,8	
Toplam	51	100	34	100	209	100	112	100	44	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için ($0,002 < 0,05$) örneklem dâhilindeki gelir düzeyleri arasında algı farklılığı vardır. Turizm imkânlarını çekici bulmuyorum sorusuna en olumsuz yaklaşan %41,6 ile 2001-4000 TL arası gelir düzeyine sahip insanlardır. Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite arttırılmalı sorusuna en olumlu yaklaşan %40,2 ile 4000 TL üstü gelir düzeyine sahip insanlardır.

Tablo 35. Kadın ve Erkekler Arasında Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Yönelik Algı Farklılıkları

	Erkek		Kadın		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
Alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikler	86	31,2	52	29,9	,000
Tarihsel-kültürel kaynaklar yönünden zenginlik	74	26,8	23	13,2	
Sakin ve güvenli bir ortam	60	21,7	72	41,4	
Yolların kesiştiği yerde bulunması (erişilebilirliği)	53	19,2	27	15,5	
Diğer	3	1,1	0	0,0	
Toplam	276	100	174	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için ($0,000 < 0,05$) örneklem dâhilindeki kadın ve erkekler arasında algı farklılığı vardır. Tarihsel-kültürel kaynaklar yönünden zenginlik sorusuna kadınlara göre erkekler %26,8 ile daha olumlu, Sakin ve güvenli bir ortam sorusuna ise erkeklere göre kadınlar %41,4 ile daha olumlu yaklaşmışlardır.

Tablo 36. Yaş Grupları Arasında Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Yönelik Algı Farklılıkları

	18'den küçük		18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikler	1	16,7	54	26,0	34	30,1	28	45,9	13	28,3	8	50,0	,034
Tarihsel-kültürel kaynaklar yönünden zenginlik	2	33,3	34	16,3	25	22,1	13	21,3	18	39,1	5	31,2	
Sakin ve güvenli bir ortam	2	33,3	70	33,7	36	31,9	13	21,3	9	19,6	2	12,5	
Yolların kesiştiği yerde bulunması (erişilebilirliği)	1	16,7	48	23,1	17	15,0	7	11,5	6	13,0	1	6,2	
Diğer	0	0,0	2	1,0	1	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
Toplam	6	100	208	100	113	100	61	100	46	100	16	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için ($0,034 < 0,05$) örneklem dâhilindeki yaş grupları arasında algı farklılığı vardır. Tarihsel kültürel kaynaklar yönünden zenginlik sorusuna 18-30 yaş arası %16,3 ile daha olumsuz, 51-60 yaş arası %39,1 ile daha olumlu yaklaşmışlardır. Tarihsel ve kültürel kaynaklar açısından zenginlik durumuna da 50 yaş ve yukarısı katılımcılar (5-60 yaş % 39,1 ve 60 üzeri % 31,2) daha fazla katılmaktadırlar.

Tablo 37. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Yönelik Algı Farklılıkları

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikler	3	15,0	11	39,3	50	41,0	60	23,9	14	48,3	,027
Tarihsel-kültürel kaynaklar yönünden zenginlik	4	20,0	5	17,9	31	25,4	51	20,3	6	20,7	
Sakin ve güvenli bir ortam	8	40,0	8	28,6	25	20,5	87	34,7	4	13,8	
Yolların kesiştiği yerde bulunması (erişilebilirliği)	5	25,0	4	14,3	16	13,1	50	19,9	5	17,2	
Diğer	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	1,2	0	0,0	
Toplam	20	100	28	100	122	100	251	100	29	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için ($0,027 < 0,05$) örneklem dâhilindeki eğitim grupları arasında algı farklılığı olduğu söylenebilir. Alternatif turizme uygun zengin doğal güzelliklere sahip olma konusunda Ortaokul (%39,3), Lise (%41,0) ve Lisansüstü (%48,3) mezunları daha olumlu düşünmektedirler.

Tablo 38. Gelir Düzeyleri Arasında Burdur'un Turizm Yönünden En Önemli Özelliğine Yönelik Algı Farklılıkları

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4000 TL üstü		Gelirim Yok		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikler	14	27,5	5	14,7	79	37,8	29	25,9	11	25,0	,020
Tarihsel-kültürel kaynaklar yönünden zenginlik	10	19,6	4	11,8	43	20,6	31	27,7	9	20,5	
Sakin ve güvenli bir ortam	14	27,5	18	52,9	47	22,5	35	31,2	18	40,9	
Yolların kesiştiği yerde bulunması (erişilebilirliği)	13	25,5	7	20,6	39	18,7	16	14,3	5	11,4	
Diğer	0	0,0	0	0,0	1	0,5	1	0,9	1	2,3	
Toplam	51	100	34	100	209	100	112	100	44	100	

Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıktığı için ($0,020 < 0,05$) örneklem dâhilindeki eğitim grupları arasında algı farklılığı olduğu söylenebilir. Alternatif turizme uygun zengin doğal güzelliklere sahip olma konusunda 2001-4000 TL gelir seviyesindeki bireyler (%37,8), sakin ve güvenli bir ortam olma konusunda 1001-2000 TL arası gelir grubu (%52,9) ve gelirim yok diyen grup (%40,9) daha olumlu düşünmektedirler.

Tablo 39. Kadın ve Erkekler Arasında Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Algı Farklılıkları

	Erkek				Kadın				Ki-kare (Sig.)	
	Evet		Hayır		Evet		Hayır			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
Turizm gelişimi için alt yapı ve üst yapının yeterli olmayışı	151	54,7	125	45,3	82	47,1	92	52,9	0,117	
Turizm yatırımlarının yeterli olmayışı	154	55,8	122	44,2	95	54,6	79	45,4	0,803	
Turizm çeşitlendirmesinin az olması	126	45,7	150	54,3	79	42,0	101	58,0	0,442	
Burdur halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması	135	48,9	141	51,1	82	47,1	92	52,9	0,712	
Yöredeki kamu kurumlarının, yerel yönetimlerin ve özel sektörün turizmin gelişimi için yeterli ve istekli olmayışı	78	28,3	198	71,7	52	29,9	122	70,1	0,711	
Doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının turistik ürüne çevrilememiş olması	61	22,1	215	77,9	36	20,7	138	79,3	0,723	
Tanıtımının ve reklamının yeterli olmaması	60	21,7	216	78,3	47	27,0	127	73,0	0,201	
Ulaşım imkânlarını (havayolu gibi) bakımından yeterli olmayışı	17	6,2	259	93,8	10	5,7	164	94,3	0,858	
Doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunamamış olması	8	2,9	268	97,1	15	8,6	159	91,4	0,007	
Turistik hizmet kalitesinin yeterli olmayışı	35	12,7	241	87,3	29	16,7	145	83,3	0,238	
Diğer	5	1,8	271	98,2	2	1,1	172	98,9	0,580	

Tablo 39'a bakıldığında Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05'ten küçük çıkan, "Doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunamamış olması" konusunda kadın ve erkekler arasında algı farklılığı olduğu ($0,007 < 0,05$) görülmektedir. Buna göre, kadınlar

(%8,6) erkeklere (%2,9) kıyasla Burdur’da doğal yapıların korunamadığını daha fazla düşünmektedirler. Tarihsel ve kültürel yapının korunduğunu düşünenlerin sayısının hem erkeklerde hem de kadınlarda %90’lar seviyesinden fazla olduğunu da belirtmek de fayda var.

Tablo 40. Yaş Grupları Arasında Burdur’un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Algı Farklılıkları

	18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Turizm gelişimi için alt yapı ve üst yapının yeterli olmayışı	107	51,4	64	56,6	33	54,1	22	47,8	6	37,5	0,330
Turizm yatırımlarının yeterli olmayışı	105	50,5	56	49,6	44	72,1	30	65,2	12	75,0	0,007
Turizm çeşitlendirmesinin az olması	92	44,2	39	34,5	33	54,1	24	52,2	11	68,8	0,005
Burdur halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması	103	49,5	54	47,8	33	54,1	18	39,1	6	37,5	0,660
Yöredeki kamu kurumlarının, yerel yönetimlerin ve özel sektörün turizmin gelişimi için yeterli ve istekli olmayışı	60	28,8	41	36,3	11	18,0	13	28,3	4	25,0	0,215
Doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının turistik ürüne çevrilememiş olması	41	19,7	27	23,9	14	23,0	11	23,9	4	25,0	0,736
Tanıtımının ve reklamının yeterli olmaması	48	23,1	36	31,9	10	16,4	7	15,2	2	12,5	0,010
Ulaşım imkânları (havayolu gibi) bakımından yeterli olmayışı	13	6,2	5	4,4	2	3,3	4	8,7	1	6,2	0,079
Doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunamamış olması	17	8,2	4	3,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,001
Turistik hizmet kalitesinin yeterli olmayışı	39	18,8	11	9,7	3	4,9	7	15,2	2	12,5	0,041
Diğer	1	0,5	3	2,7	0	0,0	2	4,3	0	0,0	0,011

Tablo 40’ta Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde 41-50 yaş (%72,1), 51-60 yaş (%65,2) ve 60 (%75,0) üzeri yaş grupları diğer gruplara kıyasla daha fazla düzeyde turizm yatırımlarının yeterli olmadığını düşünmektedirler. Turizm çeşitlendirmesi noktasında 41-50 yaş (%54,1), 51-60 yaş (%52,2) ve 60 (%68,8) üzeri yaş grupları diğer gruplara kıyasla daha olumsuz düşünmektedirler. 18-30 ve 31-40 yaş grupları ise Burdur’da yeterli derecede turizm ile ilgili reklam ve tanıtım yapılmadığı konusuna diğer gruplara kıyasla daha fazla katılmışlardır. 18-30 yaş grubundaki katılımcılar diğer katılımcı gruplara kıyasla Burdur’da doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunamadığını ve turistik hizmet kalitesinin düşük seviyede olduğunu daha fazla düşünmektedirler.

Tablo 41. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Algı Farklılıkları

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Turizm gelişimi için alt yapı ve üst yapının yeterli olmayışı	12	60,0	12	42,9	50	41,0	147	58,6	12	41,4	0,011
Turizm yatırımlarının yeterli olmayışı	11	55,0	14	50,0	71	58,2	133	53,0	20	69,0	0,483
Turizm çeşitlendirmesinin az olması	8	40,0	17	60,7	68	55,7	95	37,8	11	37,9	0,006
Burdur halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması	5	25,0	16	57,1	77	63,1	104	41,4	15	51,7	0,000
Yöredeki kamu kurumlarının, yerel yönetimlerin ve özel sektörün turizmin gelişimi için yeterli ve istekli olmayışı	7	35,0	9	32,1	30	24,6	76	30,3	8	27,6	0,761
Doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının turistik ürüne çevrilememiş olması	5	25,0	6	21,4	21	17,2	56	22,3	9	31,0	0,537
Tanıtımının ve reklamının yeterli olmaması	6	30,0	4	14,3	22	18,0	69	27,5	6	20,7	0,192
Ulaşım imkânları (havayolu gibi) bakımından yeterli olmayışı	3	15,0	0	0,0	8	6,6	14	5,6	2	6,9	0,303
Doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunamamış olması	0	0,0	2	7,1	5	4,1	14	5,6	2	6,9	0,758
Turistik hizmet kalitesinin yeterli olmayışı	2	10,0	3	10,7	10	8,2	47	18,7	2	6,9	0,047
Diğer	1	5,0	1	3,6	4	3,3	1	0,4	0	0,0	0,120

Tablo 41’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişimi için gerekli alt ve üst yapıların yetersiz olduğu konusunda ilkokul (%60,0) ve üniversite (%58,6) mezunları, turizm çeşitlendirmesinin az olduğuna ortaokul (%60,7) ve lise (%55,7) mezunları, Burdur halkında turizm bilincinin gelişmemiş olduğuna ortaokul (%57,1) ve lise (%63,1) mezunları ve Burdur’da turistik hizmetlerinin kalitesinin düşük olduğuna ile ilgili olarak üniversite mezunları (%18,7) diğer eğitim düzeyi gruplarına kıyasla daha fazla katılım sağlamaktadırlar.

Tablo 42. Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizm Açısından Zayıf Yönleri İle İlgili Algı Farklılıkları

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4001 TL üstü		Gelirim yok		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Turizm gelişimi için alt yapı ve üst yapının yeterli olmayışı	21	41,2	15	44,1	94	45,0	78	69,6	25	56,8	0,000
Turizm yatırımlarının yeterli olmayışı	21	41,2	15	44,1	132	63,2	64	57,1	17	38,6	0,003
Turizm çeşitlendirmesinin az olması	21	41,2	14	41,2	112	53,6	37	33,0	15	34,1	0,004
Burdur halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması	27	52,9	19	55,9	109	52,2	38	33,9	24	54,5	0,015
Yöredeki kamu kurumlarının, yerel yönetimlerin ve özel sektörün turizmin gelişimi için yeterli ve istekli olmayışı	13	25,5	11	32,4	59	28,2	28	25,0	19	43,2	0,220
Doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının turistik ürüne çevrelememiş olması	12	23,5	3	8,8	38	18,2	38	33,9	6	13,6	0,002
Tanıtımının ve reklamının yeterli olmaması	14	27,5	11	32,4	40	19,1	29	25,9	13	29,5	0,256
Ulaşım imkânları (havayolu gibi) bakımından yeterli olmayışı	8	15,7	1	2,9	13	6,2	3	2,7	2	4,5	0,022
Doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunamamış olması	4	7,8	5	14,7	8	3,8	2	1,8	4	9,1	0,018
Turistik hizmet kalitesinin yeterli olmayışı	12	23,5	7	20,6	22	10,5	17	15,2	6	13,6	0,126
Diğer	1	2,0	2	5,9	1	0,5	2	1,8	1	2,3	0,201

Tablo 42’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişimi için alt yapı ve üst yapının yetersiz olduğuna 4001 TL ve üzeri geliri olan katılımcı grubu (%69,6), turizm yatırımlarının yetersiz olduğuna 2001-4000 TL arası (%63,2) ve 4001 TL ve üzeri (%57,1) geliri olan katılımcı grupları, turizm çeşitlendirmesinin az olduğuna 2001-4000 TL arası geliri olan grup, Burdur halkında turizm bilincinin gelişmiş olduğuna 4001 TL ve üzeri geliri olan grup (%66,1), Burdur’un doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının turistik ürüne çevrelemediğine 4001 TL ve üzeri geliri olan grup (%33,9), Burdur’da ulaşım imkânlarının yeterli olmadığına 1000 TL ve altı gelir grubu ve doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunmadığına 1001-2000 TL arası geliri olan gruplar daha fazla inanmaktadırlar.

Tablo 43. Erkek ve Kadınlar Arasında Burdur'un Turizmde Rekabet Avantajları İle İlgili Algı Farklılıkları

	Erkek				Kadın				Ki-kare (Sig.)
	Evet		Hayır		Evet		Hayır		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Ulaşımın (erişebilirliğin) kolay olması	180	65,2	96	34,8	111	63,8	63	36,2	0,758
Sakin ve güvenli bir ortam	234	84,8	42	15,2	138	79,3	36	20,7	0,135
Tarihi ve kültürel yapıların korunmuş olması	147	53,3	129	46,7	84	48,3	90	51,7	0,303
Doğal güzelliklerin ilgi çekici olması	159	57,6	117	42,4	106	60,9	68	39,1	0,487
Yakın çevrede başka turistik yer olmaması	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tatil imkânlarının ucuz olması	62	22,5	214	77,5	64	36,8	110	63,2	0,001
Diğer	45	16,3	231	83,7	19	10,9	155	89,1	0,111

Tablo 43’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da tatil imkânlarının ucuz olması konusunda her iki grupta olumlu bakmamakla birlikte, erkekler (%77,5) kadınlardan (%63,2) daha olumsuz bakmaktadırlar.

Tablo 44. Yaş Grupları Arasında Burdur’un Turizmde Rekabet Avantajları İle İlgili Algı Farklılıkları

	18’den küçük		18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Ulaşımın (erişebilirliğin) kolay olması	3	50,0	136	65,4	71	62,8	35	57,4	35	76,1	11	68,8	0,423
Sakin ve güvenli bir ortam	5	83,3	168	80,8	99	87,6	52	85,2	36	78,3	12	75,0	0,547
Tarihi ve kültürel yapıların korunmuş olması	3	50,0	91	43,8	63	55,8	35	57,4	30	65,2	9	56,2	0,068
Doğal güzelliklerin ilgi çekici olması	4	66,7	117	56,2	72	63,7	42	68,9	20	43,5	10	62,5	0,112
Yakın çevrede başka turistik yer olmaması	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tatil imkânlarının ucuz olması	3	50,0	77	37,0	20	17,7	13	21,3	11	23,9	2	12,5	0,002
Diğer	0	0,0	35	16,8	14	12,4	6	9,8	5	10,9	4	25,0	0,372

Tablo 44’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; 18’den küçük yaş grubunun (%50,0) Burdur’da tatil imkânlarının daha ucuz olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Tablo 45. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’un Turizmde Rekabet Avantajları İle İlgili Algı Farklılıkları

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki-kare
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Ulaşımın (erişebilirliğin) kolay olması	17	85,0	14	50,0	75	61,5	171	68,1	14	48,3	0,021
Sakin ve güvenli bir ortam	17	85,0	23	82,1	100	82,0	208	82,9	24	82,8	0,998
Tarihi ve kültürel yapıların korunmuş olması	10	50,0	17	60,7	78	63,9	109	43,4	17	58,6	0,004
Doğal güzelliklerin ilgi çekici olması	10	50,0	17	60,7	79	64,8	141	56,2	18	62,1	0,507
Yakın çevrede başka turistik yer olmaması	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tatil imkânlarının ucuz olması	3	15,0	7	25,0	23	18,9	80	31,9	13	44,8	0,012
Diğer	3	15,0	6	21,4	11	9,0	43	17,1	1	3,4	0,078

Tablo 45’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da ulaşım erişimin kolay olduğuna ilkökul mezunu (%85,0) katılımcıların, tarihi ve kültürel yapıların korunduğuna ortaokul (%60,7) ve lise (%63,9) mezunlarının, tatil imkânlarının ucuz olduğuna lisansüstü (%44,8) mezunlarının daha fazla inandığı görülmektedir.

Tablo 46. Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur'un Turizmde Rekabet Avantajları İle İlgili Algı Farklılıkları

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4001-üstü		Gelirim yok		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Ulaşımın (erişebilirliğin) kolay olması	32	62,7	27	79,4	125	59,8	77	68,8	30	68,2	0,163
Sakin ve güvenli bir ortam	43	84,3	32	94,1	163	78,0	95	84,8	39	88,6	0,097
Tarihi ve kültürel yapıların korunmuş olması	20	39,2	12	35,3	128	61,2	58	51,8	13	29,5	0,000
Doğal güzelliklerin ilgi çekici olması	27	52,9	14	41,2	134	64,1	65	58,0	25	56,8	0,107
Yakın çevrede başka turistik yer olmaması	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tatil imkânlarının ucuz olması	20	39,2	9	26,5	58	27,8	27	24,1	12	27,3	0,395
Diğer	11	21,6	8	23,5	19	9,1	13	11,6	13	29,5	0,001

Tablo 46'da Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05'ten küçük olan satırlar incelendiğinde; 2001-4000 TL arası geliri olan grubun (%59,8) ve 4001 TL üzeri geliri olan grubun (%51,8) Burdur'da tarihi ve kültürel yapının korunduğuna daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Tablo 47. Erkek ve Kadınlar Burdur'da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	Erkek				Kadın				Ki-kare
	Evet		Hayır		Evet		Hayır		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Gelirimiz artar	96	34,8	180	65,2	71	40,8	103	59,2	0,198
Kişilere yeni iş kaynakları doğar	185	67,0	91	33,0	128	73,6	46	26,4	0,142
Diğer sektörler gelişir	149	54,0	127	46,0	68	39,1	106	60,9	0,002
Eski meslekler canlanır	40	15,5	236	85,5	36	20,7	138	79,3	0,088
Yerel ürünler değer kazanır	100	36,2	176	63,8	69	39,7	105	60,3	0,465
Şehrimiz kalkınır	132	47,8	144	52,2	83	47,7	91	52,3	0,979
Dış yatırımcılar şehre canlılık getirir	72	26,1	204	73,9	46	26,4	128	73,6	0,935
Yerel ve küçük esnaf sıkıntıya düşer	9	3,3	267	96,7	6	3,4	168	96,6	0,914
Fiyatlar artar	22	8,0	254	92,0	7	4,0	167	96,0	0,097
Ticaret ahlakı bozulur	12	4,3	264	95,7	2	1,1	172	98,9	0,057
Diğer sektörler geriler	3	1,1	273	98,9	3	1,7	171	98,3	0,566
Diğer	4	1,4	272	98,6	3	1,7	171	98,3	0,819

Tablo 47'de Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05'ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur'da turizmin gelişmesi sayesinde diğer sektörlerin de gelişmeye başladığına kadınlar (%39,1) erkeklere (%54,0) daha az katılmaktadırlar.

Tablo 48. Yaş Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	18’den küçük		18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Gelirimiz artar	4	66,7	84	40,4	47	41,6	9	14,8	17	37,0	6	37,5	0,004
Kişilere yeni iş kaynakları doğar	2	33,3	149	71,6	74	65,5	42	68,9	35	76,1	11	68,8	0,309
Diğer sektörler gelişir	2	33,3	80	38,5	52	46,0	44	72,1	24	60,9	11	68,8	0,000
Eski meslekler canlanır	2	33,3	27	13,0	19	16,8	13	21,3	9	19,6	6	37,5	0,096
Yerel ürünler değer kazanır	2	33,3	83	39,9	48	42,5	21	34,4	11	23,9	4	25,0	0,245
Şehrimiz kalkınır	3	50,0	105	50,5	54	47,8	29	47,5	20	43,5	4	25,0	0,508
Dış yatırımcılar şehre canlılık getirir	2	33,3	57	27,4	27	23,9	20	32,8	7	15,2	5	31,2	0,407
Yerel ve küçük esnaf sıkıntıya düşer	1	16,7	7	3,4	4	3,5	2	3,3	1	2,2	0	0,0	0,539
Fiyatlar artar	0	0,0	14	6,7	7	6,2	2	3,3	5	10,9	1	6,2	0,706
Ticaret ahlakı bozulur	0	0,0	8	3,8	5	4,4	0	0,0	1	2,2	0	0,0	0,576
Diğer sektörler geriler	0	0,0	5	2,4	1	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,589
Diğer	0	0,0	5	2,4	1	0,9	1	1,6	0	0,0	0	0,00	0,793

Tablo 48’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişmesi sayesinde hane halkının gelir seviyesinin arttığına 18 altı yaş grubu (%66,7), diğer sektörlerin gelişmesine katkı sağladığına 41-50 yaş grubu (%72,1) ve 51-60 arası yaş grubu (%60,9) diğer gruplara kıyasla daha fazla inanmaktadır.

Tablo 49. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki-kare
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Gelirimiz artar	9	45,0	10	35,7	36	29,5	100	39,8	12	41,4	0,330
Kişilere yeni iş kaynakları doğar	13	65,0	15	53,6	79	64,8	182	72,5	24	82,8	0,080
Diğer sektörler gelişir	7	35,0	10	35,7	75	61,5	110	43,8	15	51,7	0,008
Eski meslekler canlanır	4	20,0	7	25,0	27	22,1	37	14,7	1	3,4	0,078
Yerel ürünler değer kazanır	5	25,0	14	50,0	44	36,1	100	39,8	6	20,7	0,117
Şehrimiz kalkınır	11	55,0	11	39,3	51	41,8	129	51,4	13	44,8	0,356
Dış yatırımcılar şehre canlılık getirir	5	25,0	10	35,7	36	29,5	58	23,1	9	31,0	0,462
Yerel ve küçük esnaf sıkıntıya düşer	1	5,0	1	3,6	5	4,1	6	2,4	2	6,9	0,693
Fiyatlar artar	4	20,0	2	7,1	6	4,9	14	5,6	3	10,3	0,106
Ticaret ahlakı bozulur	0	0,0	0	0,0	6	4,9	7	2,8	1	3,4	0,565
Diğer sektörler geriler	1	5,0	0	0,0	0	0,0	5	2,0	0	0,0	0,259
Diğer	0	0,0	1	3,6	0	0,0	5	2,0	1	3,4	0,409

Tablo 49’da Pearson Chi-Square testinin (Sig.). değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişmesi sayesinde hane halkının gelir seviyesinin arttığına 18 altı yaş grubu (%66,7), diğer sektörlerin gelişmesine katkı sağladığına 41-50 yaş grubu (%72,1) ve 51-60 arası yaş grubu (%60,9) diğer gruplara kıyasla daha fazla inanmaktadır.

Tablo 50. Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Ekonomik Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4001 - üstü		Gelirim yok		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Gelirimiz artar	19	37,3	15	44,1	64	30,6	47	42,0	22	50,0	0,068
Kişilere yeni iş kaynakları doğar	34	66,7	23	67,6	150	71,8	83	74,1	23	52,3	0,090
Diğer sektörler gelişir	18	35,3	9	26,5	119	56,9	53	47,3	18	40,9	0,002
Eski meslekler canlanır	5	9,8	4	11,8	43	20,6	18	16,1	6	13,6	0,301
Yerel ürünler değer kazanır	22	43,1	15	44,1	72	34,4	46	41,1	14	31,8	0,498
Şehrimiz kalkınır	26	51,0	20	58,8	90	43,1	53	47,3	26	59,1	0,199
Dış yatırımcılar şehre canlılık getirir	19	37,3	9	26,5	58	27,8	21	18,8	11	25,0	0,151
Yerel ve küçük esnaf sıkıntıya düşer	2	3,9	1	2,9	8	3,8	2	1,8	2	4,5	0,868
Fiyatlar artar	4	7,8	4	11,8	13	6,2	5	4,5	3	6,8	0,641
Ticaret ahlakı bozulur	2	3,9	1	2,9	7	3,3	2	1,8	2	4,5	0,893
Diğer sektörler geriler	0	0,0	1	2,9	2	1,0	0	0,0	3	6,8	0,011
Diğer	2	3,9	0	0,0	0	0,0	3	2,7	2	4,5	0,056

Tablo 50’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişmesi sayesinde diğer sektörlerin de geliştiğine 2001-4000 yaş grubu (%56,9) ve diğer sektörlerin gerilediğine gelirim yok diyen (%6,8) daha fazla inandığı görülmektedir.

Tablo 51. Kadın ve Erkekler Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	Erkek				Kadın				Ki-kare
	Evet		Hayır		Evet		Hayır		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Doğal çekicilikler koruma altına alınır	100	36,2	176	63,8	68	39,1	106	60,9	0,543
Tarihi ve kültürel yapılar koruma altına alınır	131	47,5	145	52,5	89	51,1	85	48,9	0,446
Doğal ortam korunarak gelecek nesillere ulaşmasını sağlanır	123	44,6	153	55,4	86	49,4	88	50,6	0,314
Yolların kalitesi iyileşir	111	40,2	165	59,8	53	30,5	121	69,5	0,036
Kentsel hizmetler iyileşir	119	43,1	157	56,9	61	35,1	113	64,9	0,089
Çevre düzenlemeleri artar	86	31,2	190	68,8	55	31,6	119	68,4	0,920
Halkın yerel doğal/kültürel kaynaklara ilişkin farkındalığı yükselir	89	32,2	187	67,8	72	41,4	102	58,6	0,049
Çöp ve çevre temizliği sorunları artar	20	7,2	256	92,8	8	4,6	166	95,4	0,257
Doğal, tarihi ve kültürel güzellikler tahrip edilir	7	2,5	269	97,5	13	7,5	161	92,5	0,013
Turizme konu olan alanlar plansız, geliş güzel büyür	22	8,0	254	92,0	7	4,0	167	96,0	0,097
Kalabalık ve gürültü artar	15	5,4	261	94,6	5	2,9	169	97,1	0,199
Tarihi yapılar bozulur	1	0,4	275	99,6	2	1,1	172	98,9	0,318
Diğer	4	1,4	272	98,6	2	1,1	172	98,9	0,787

Tablo 51’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişmesi sayesinde yolların kalitesinin iyileştiğine kadınlar (%30,5) erkekler (%40,2), halkın yerel doğal/kültürel kaynaklara ilişkin farkındalığı yükseldiğine erkekler (%32,2) kadınlara (%41,4) ve doğal, tarihi ve kültürel güzellikler tahrip edildiğine erkekler (%2,5) kadınlara (%7,5) kıyasla daha az katılmaktadırlar.

Tablo 52. Yaş Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki-kare
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Doğal çekicilikler koruma altına alınır	82	39,4	46	40,7	16	26,2	16	34,8	4	25,0	0,184
Tarihi ve kültürel yapılar koruma altına alınır	104	50,0	52	46,0	30	49,2	21	45,7	9	56,2	0,879
Doğal ortam korunarak gelecek nesillere ulaşmasını sağlar	100	48,1	53	46,9	30	49,2	17	37,0	5	31,2	0,473
Yolların kalitesi iyileşir	62	29,8	44	38,9	28	45,9	20	43,5	9	56,2	0,045
Kentsel hizmetler iyileşir	79	38,0	40	35,4	30	49,2	21	45,7	9	56,2	0,204
Çevre düzenlemeleri artar	68	32,7	32	28,3	20	32,8	17	37,0	3	18,8	0,674
Halkın yerel doğal/kültürel kaynaklara ilişkin farkındalığı yükselir	73	35,1	45	39,8	20	32,8	18	39,1	5	31,2	0,441
Çöp ve çevre temizliği sorunları artar	11	5,3	11	9,7	2	3,3	3	6,5	1	6,2	0,548
Doğal, tarihi ve kültürel güzellikler tahrip edilir	11	5,3	3	2,7	2	3,3	2	4,3	0	0,0	0,216
Turizme konu olan alanlar plansız, gelişi güzel büyür	18	8,7	5	4,4	2	3,3	2	4,3	2	12,5	0,394
Kalabalık ve gürültü artar	10	4,8	6	5,3	1	1,6	1	2,2	1	6,2	0,523
Tarihi yapılar bozulur	2	1,0	0	0,0	1	1,6	0	0,0	0	0,0	0,798
Diğer	3	1,4	2	1,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,428

Tablo 52’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişmesi sayesinde yolların kalitesinin iyileştiğine 41-50 arası (% 45,9), 51-60 arası (%43,5) ve 60 ve yukarısı yaş grubu (%56,2) diğer yaş gruplarına kıyasla daha fazla katılmaktadırlar.

Tablo 53. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki-kare
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Doğal çekicilikler koruma altına alınır	7	35,0	12	42,9	42	34,4	94	37,5	13	44,8	0,818
Tarihi ve kültürel yapılar koruma altına alınır	9	45,0	16	57,1	57	46,7	123	49,0	15	51,7	0,877
Doğal ortam korunarak gelecek nesillere ulaşmasını sağlar	7	35,0	12	42,9	50	41,0	123	49,0	17	58,6	0,282
Yolların kalitesi iyileşir	8	40,0	11	39,3	57	46,7	76	30,3	12	41,4	0,037
Kentsel hizmetler iyileşir	8	40,0	10	35,7	51	41,8	99	39,4	12	41,4	0,980
Çevre düzenlemeleri artar	8	40,0	9	32,1	39	32,0	80	31,9	5	17,5	0,487
Halkın yerel doğal/kültürel kaynaklara ilişkin farkındalığı yükselir	8	40,0	6	21,4	47	38,5	89	35,5	11	37,9	0,536
Çöp ve çevre temizliği sorunları artar	2	10,0	5	17,9	8	6,6	13	5,2	0	0,0	0,052
Doğal, tarihi ve kültürel güzellikler tahrip edilir	2	10,0	0	0,0	3	2,5	15	6,0	0	0,0	0,157
Turizme konu olan alanlar plansız, gelişi güzel büyür	0	0,0	1	3,6	7	5,7	21	8,4	0	0,0	0,249
Kalabalık ve gürültü artar	1	5,0	1	3,6	5	4,1	11	4,4	2	6,9	0,972
Tarihi yapılar bozulur	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	1,2	0	0,0	0,664
Diğer	1	5,0	1	3,6	0	0,0	4	1,6	0	0,0	0,260

Tablo 53’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; üniversite mezunları (%30,3) Burdur’da turizmin gelişmesi ile birlikte yolların kalitesinin düzeldiğine diğer gruplara kıyasla daha az inanmaktadırlar.

Tablo 54. Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Çevresel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4001 - üstü		Gelirim yok		Ki-kare
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Doğal çekicilikler koruma altına alınır	17	33,3	12	35,3	75	35,9	45	40,2	19	43,2	0,804
Tarihi ve kültürel yapılar koruma altına alınır	30	58,8	15	44,1	97	46,4	57	50,9	21	47,7	0,551
Doğal ortam korunarak gelecek nesillere ulaşmasını sağlar	25	49,0	12	35,3	85	40,7	64	57,1	23	52,3	0,034
Yolların kalitesi iyileşir	22	43,1	10	29,4	86	41,1	36	32,1	10	22,7	0,085
Kentsel hizmetler iyileşir	13	25,5	12	35,3	93	44,5	41	36,6	21	47,7	0,085
Çevre düzenlemeleri artar	16	31,4	13	38,2	75	35,9	25	22,3	12	27,3	0,119
Halkın yerel doğal/kültürel kaynaklara ilişkin farkındalığı yükselir	19	37,3	16	47,1	75	35,9	38	33,9	13	29,5	0,584
Çöp ve çevre temizliği sorunları artar	4	7,8	4	11,8	13	6,2	5	4,5	2	4,5	0,588
Doğal, tarihi ve kültürel güzellikler tahrip edilir	5	9,8	2	5,9	6	2,9	5	4,5	2	4,5	0,305
Turizme konu olan alanlar plansız, gelişi güzel büyür	1	2,0	2	5,9	10	4,8	9	8,0	7	15,9	0,046
Kalabalık ve gürültü artar	1	2,0	4	11,8	8	3,8	6	5,4	1	2,3	0,205
Tarihi yapılar bozulur	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	2,7	0	0,0	0,058
Diğer	1	2,0	0	0,0	3	1,4	1	0,9	1	2,3	0,896

Tablo 54’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da “doğal ortam korunarak gelecek nesillere ulaşmasını sağlamış” ifadesine gelirim yok diyen grup (%52,3) ’dür. 4001 ve üstü TL geliri olan grup (%57,1) ve “turizme konu olan alanlar plansız, gelişi güzel büyümüşür” ifadesine gelirim yok diyen grup (%15,9) daha fazla katılmışlardır.

Tablo 55. Kadın ve Erkekler Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	Erkek				Kadın				Ki-kare (Sig.)
	Evet		Hayır		Evet		Hayır		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
İlin nüfusu artar	112	40,6	164	59,4	58	33,3	116	66,7	0,123
Doğal, tarihi, kültürel kaynakları koruma bilinci gelişir	141	51,1	135	48,9	94	54,0	80	46,0	0,544
Halkın yaşam standardı yükselir	125	45,3	151	54,7	75	43,1	99	56,9	0,649
Kültürel etkinlikler artar	137	49,6	139	50,4	98	56,3	76	43,7	0,167
İlin doğal ve kültürel değerlerinin tanınması artar	98	35,5	178	64,5	81	46,6	93	53,4	0,020
Halkın davranış şekli ve yaşam biçimi değişir	65	23,6	211	76,4	38	21,8	136	78,2	0,674
Halkın turizm anlayışında değişmeye neden olur	114	41,3	162	58,7	58	33,3	116	66,7	0,090
Toplumsal değerler olumsuz yönde değişir	10	3,6	266	96,4	9	5,2	165	94,8	0,426
Gelenekler kaybolmaya başlar	9	3,3	267	96,7	4	2,3	170	97,7	0,553
Burdur kimliği kaybolmaya başlar	11	4,0	265	96,0	6	3,4	168	96,6	0,771
Diğer	6	2,2	270	97,8	0	0,0	174	100,00	0,150

Tablo 55’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; “İlin doğal ve kültürel değerlerinin tanınması artmıştır” ifadesine kadınlar (%46,6) erkeklere (%35,5) kıyasla daha fazla katılmaktadırlar.

Tablo 56. Yaş Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
İlin nüfusu artar	88	42,3	40	35,4	16	26,2	17	37,0	5	31,2	0,157
Doğal, tarihi, kültürel kaynakları koruma bilinci gelişir	100	48,1	62	54,9	38	62,3	23	50,0	10	62,5	0,320
Halkın yaşam standardı yükselir	97	46,6	45	39,8	25	41,0	23	50,0	8	50,0	0,738
Kültürel etkinlikler artar	107	51,4	56	49,6	36	59,0	25	54,3	8	50,0	0,898
İlin doğal ve kültürel değerlerinin tanınması artar	89	42,8	46	40,7	22	36,1	12	26,1	6	37,5	0,250
Halkın davranış şekli ve yaşam biçimi değişir	52	25,0	26	23,0	14	23,0	7	15,2	3	18,8	0,799
Halkın turizm anlayışında değişmeye neden olur	61	29,3	49	43,4	28	45,9	27	58,7	7	43,7	0,001
Toplumsal değerler olumsuz yönde değişir	12	5,8	5	4,4	2	3,3	0	0,0	0	0,0	0,497
Gelenekler kaybolmaya başlar	5	2,4	3	2,7	1	1,6	2	4,3	1	6,2	0,348
Burdur kimliği kaybolmaya başlar	9	4,3	6	5,3	1	1,6	1	2,2	0	0,0	0,722
Diğer	3	1,4	2	1,8	0	0,0	1	2,2	0	0,0	0,907

Tablo 56’da Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişmesinin halkın turizm anlayışında değişmeye neden olduğu düşüncesine 51-60 arası yaş grubunun (%58,7) daha fazla inandığı görülmektedir.

Tablo 57. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
İlin nüfusu artar	2	10,0	11	39,3	51	41,8	100	39,8	6	20,7	0,022
Doğal, tarihi, kültürel kaynakları koruma bilinci gelişir	12	60,0	16	57,1	63	51,6	126	50,2	18	62,1	0,679
Halkın yaşam standardı yükselir	11	55,0	11	39,3	55	45,1	111	44,2	12	41,4	0,855
Kültürel etkinlikler artar	10	50,0	14	50,0	63	51,6	135	53,8	13	44,8	0,911
İlin doğal ve kültürel değerlerinin tanınması artar	8	40,0	10	35,7	40	32,8	104	41,4	17	58,6	0,122
Halkın davranış şekli ve yaşam biçimi değişir	7	35,0	3	10,7	18	14,8	71	28,3	4	13,8	0,007
Halkın turizm anlayışında değişmeye neden olur	7	35,0	15	53,6	62	50,8	74	29,5	14	48,3	0,000
Toplumsal değerler olumsuz yönde değişir	1	5,0	1	3,6	3	2,5	13	5,2	1	3,4	0,807
Gelenekler kaybolmaya başlar	1	5,0	2	7,1	4	3,3	5	2,0	1	3,4	0,568
Burdur kimliği kaybolmaya başlar	0	0,0	1	3,6	5	4,1	11	4,4	0	0,0	0,696
Diğer	0	0,0	0	0,0	1	0,8	4	1,6	1	3,4	0,734

Tablo 57’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; Burdur’da turizmin gelişmesinin ilin nüfusunu artırdığına ortaokul (%39,3), lise (%41,8) ve üniversite (%39,8) mezunları diğerlerine kıyasla daha fazla inanmaktadırlar. Burdur halkının davranış şekli ve yaşam biçiminin değiştiğine de ilkokul (%35,0) ve üniversite (28,3) mezunları daha fazla inanmaktadırlar. Ortaokul (%53,6) ve lise mezunları (%50,8) halkın turizm anlayışında değişmelere neden olduğuna daha fazla inanmaktadırlar.

Tablo 58. Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Algı Farklılıkları

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4001 - üstü		Gelirim yok		Ki-kare
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
İlin nüfusu artar	16	31,4	15	44,1	86	41,1	34	30,4	19	43,2	0,227
Doğal, tarihi, kültürel kaynakları koruma bilinci gelişir	24	47,1	18	52,9	113	54,1	64	57,1	16	36,4	0,174
Halkın yaşam standardı yükselir	26	51,0	17	50,0	84	40,2	56	50,0	17	38,6	0,304
Kültürel etkinlikler artar	29	56,9	13	38,2	107	51,2	59	52,7	27	61,4	0,322
İlin doğal ve kültürel değerlerinin tanınması artar	22	43,1	14	41,2	76	36,4	44	39,3	23	52,3	0,384
Halkın davranış şekli ve yaşam biçimi değişir	12	23,5	7	20,6	50	23,9	25	22,3	9	20,5	0,982
Halkın turizm anlayışında değişmeye neden olur	16	31,4	11	32,4	92	44,0	43	38,4	10	22,7	0,062
Toplumsal değerler olumsuz yönde değişir	4	7,8	1	2,9	7	3,3	4	3,6	3	6,8	0,552
Gelenekler kaybolmaya başlar	2	3,9	1	2,9	5	2,4	2	1,8	3	6,8	0,511
Burdur kimliği kaybolmaya başlar	1	2,0	4	11,8	6	2,9	3	2,7	3	6,8	0,078
Diğer	0	0,0	0	0,0	1	0,5	3	2,7	2	4,5	0,121

Tablo 58’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde, Burdur’da turizm gelişmesi ile sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişimlerle ilgili olarak gelir düzeyi grupları arasında bir algılama farklılığı görülmemektedir.

Tablo 59. Kadın ve Erkekler Arasında Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Düzeyi Bakımından Farklılıklar

	Erkek		Kadın		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
İletişim kurmuyorum	107	38,8	58	33,3	,629
Tesadüfi diyaloglar (adres sorma vb)	118	42,8	80	46,0	
Ayaküstü sohbet etme	24	8,7	18	10,3	
Misafir olarak ağırlama	16	5,8	7	4,0	
İş bağlantısı	5	1,8	6	3,4	
Diğer	6	2,2	5	2,9	
Toplam	276	100	174	100	

Tablo 59’da Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten büyük olduğu için kadın ve erkekler arasında Burdur’a gelen turistlerle iletişim düzeyi bakımından herhangi bir farklılığın olmadığı görülmektedir.

Tablo 60. Yaş Grupları Arasında Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Düzeyi Bakımından Farklılıklar

	18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
İletişim kurmuyorum	66	31,7	37	32,7	29	47,5	23	50,0	9	56,2	,031
Tesadüfi diyaloglar (adres sorma vb)	92	44,2	55	48,7	25	41,0	19	41,3	6	37,5	
Ayaküstü sohbet etme	28	13,5	7	6,2	4	6,6	1	2,2	0	0,0	
Misafir olarak ağırlama	10	4,8	6	5,3	1	1,6	3	6,5	1	6,2	
İş bağlantısı	6	2,9	4	3,5	1	1,6	0	0,0	0	0,0	
Diğer	6	2,9	4	3,5	1	1,6	0	0,0	0	0,0	
Toplam	208	100	113	100	61	100	46	100	16	100	

Tablo 60’da Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olduğu için yaş grupları arasında Burdur’gelen turistlerle iletişim kurma düzeyi açısından farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların hangi konuda ve hangi gruplar arasında ne yönde olduğunu anlamak için yüzde değerlere bakıldığında; 41-50 (%47,5), 51-60 (%50,0) ve 60 yaş ve üzeri (%56,2) yaş gruplarının “iletişim kurmuyorum” ifadesinde diğer yaş gruplarına kıyasla daha fazla yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 61. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Düzeyi Bakımından Farklılıklar

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
İletişim kurmuyorum	4	20,0	16	57,1	52	42,6	88	35,1	5	17,2	,000
Tesadüfi diyaloglar (adres sorma vb)	8	40,0	10	35,7	54	44,3	110	43,8	16	55,2	
Ayaküstü sohbet etme	1	5,0	0	0,0	7	5,7	31	12,4	3	10,3	
Misafir olarak ağırlama	6	30,0	1	3,6	5	4,1	8	3,2	3	10,3	
İş bağlantısı	0	0,0	1	3,6	2	1,6	7	2,8	1	3,4	
Diğer	1	5,0	2	1,6	7	2,8	1	3,4	1	3,4	
Toplam	20	100	28	100	122	100	251	100	29	100	

Tablo 61’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olduğu için yaş grupları arasında Burdur’a gelen turistlerle iletişim kurma düzeyi açısından farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların hangi konuda ve hangi gruplar arasında ne yönde olduğunu anlamak için yüzde değerlere bakıldığında; ortaokul (%57,1) ve lise (42,6) mezunlarının iletişim kurmuyorum, ilkokul mezunlarının (%30,0) misafir olarak ağırlama ifadelerinde diğerlerine kıyasla biraz daha fazla yoğunlaştıkları görülmektedir.

Tablo 62. Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’a Gelen Turistlerle İletişim Düzeyi Bakımından Farklılıklar

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4001- üstü		Gelirim yok		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
İletişim kurmuyorum	17	33,3	16	47,1	88	42,1	31	27,7	13	29,5	,040
Tesadüfi diyaloglar (adres sorma vb)	18	35,3	15	44,1	87	60,0	60	53,6	18	40,9	
Ayaküstü sohbet etme	8	15,7	1	2,9	15	7,2	11	9,8	7	15,9	
Misafir olarak ağırlama	5	9,8	2	5,9	6	2,9	8	7,1	2	4,5	
İş bağlantısı	0	0,0	0	0,0	8	3,8	1	0,9	2	4,5	
Diğer	3	5,9	0	0,0	5	2,4	1	0,9	2	4,5	
Toplam	51	100	34	100	209	100	112	100	44	100	

Tablo 62’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olduğu için yaş grupları arasında Burdur’gelen turistlerle iletişim kurma düzeyi açısından farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların hangi konuda ve hangi gruplar arasında ne yönde olduğunu anlamak için yüzde değerlere bakıldığında; 1001-2000 TL (%47,1) ve 2001-4000 TL (%42,1) “iletişim kurmuyorum” ifadesinde ve 2001-4000 TL arası geliri olan

grubun (%60,0) ise “Tesadüfî diyaloglar (adres sorma vb)” ifadesinde diğer gruplara kıyasla daha fazla yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 63. Kadın ve Erkekler Arasında Burdur’un Turist Profili İle İlgili Düşünceler Açısından Farklılıklar

	Erkek		Kadın		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	
Burdur halkı	25	9,1	25	14,4	,394
Şehir dışından gelenler	57	20,7	40	23,0	
Yabancı turistler	37	13,4	20	11,5	
Farketmez / Karışık	156	56,5	88	50,6	
Diğer	1	0,4	1	0,6	
Toplam	276	100	174	100	

Tablo 63’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten büyük olduğu için kadın ve erkekler arasında Burdur’ gelmesi istenen turist profili ile ilgili olarak herhangi bir düşünce farklılığı yoktur.

Tablo 64. Yaş Grupları Arasında Burdur’un Turist Profili İle İlgili Düşünceler Açısından Farklılıklar

	18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Burdur halkı	32	15,4	8	7,1	4	6,6	2	4,3	1	6,2	,020
Şehir dışından gelenler	47	22,6	26	23,0	11	18,0	6	13,0	5	31,2	
Yabancı turistler	16	7,7	19	16,8	9	14,8	9	19,6	3	18,8	
Farketmez / Karışık	111	53,4	60	53,1	37	60,7	29	63,0	7	43,8	
Diğer	2	1,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
Toplam	208	100	113	100	61	100	46	100	16	100	

Tablo 64’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olduğu için yaş grupları arasında Burdur’ gelen turistlerle iletişim kurma düzeyi açısından farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların hangi konuda ve hangi gruplar arasında ne yönde olduğunu anlamak için yüzde değerlere bakıldığında; 18-30 yaş aralığı grubu (%15,4) “Burdur halkı” ifadesine ve 60 yaş ve üzeri yaş grubu (%31,2) “şehir dışından gelenler” ifadesine daha fazla katılmıştır.

Tablo 65. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’un Turist Profili İle İlgili Düşünceler Açısından Farklılıklar

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Burdur halkı	3	15,0	4	14,3	10	8,2	31	12,4	2	6,9	,612
Şehir dışından gelenler	2	10,0	1	3,6	28	23,0	58	23,1	8	27,6	
Yabancı turistler	3	15,0	5	17,9	12	9,8	34	13,5	3	10,3	
Farketmez / Karışık	12	60,0	18	64,3	72	59,0	126	50,2	16	55,2	
Diğer	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,8	0	0,0	
Toplam	20	100	28	100	122	100	251	100	29	100	

Tablo 65’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten büyük olduğu için eğitim düzeyi grupları arasında Burdur’gelmesi istenen turist profili ile ilgili olarak herhangi bir düşünce farklılığı yoktur.

Tablo 66. Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’un Turist Profili İle İlgili Düşünceler Açısından Farklılıklar

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4001 - üstü		Gelirim yok		Ki Kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Burdur halkı	12	23,5	5	14,7	20	9,6	9	8,0	4	9,1	,002
Şehir dışından gelenler	15	29,4	10	29,4	37	17,7	23	20,5	12	27,3	
Yabancı turistler	4	7,8	5	14,7	19	9,1	22	19,6	7	15,9	
Farketmez / Karışık	19	37,3	14	41,2	133	63,6	58	51,8	20	45,5	
Diğer	1	2,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,3	
Toplam	51	100	34	100	209	100	112	100	44	100	

Tablo 66’da Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olduğu için yaş grupları arasında Burdur’gelen turistlerle iletişim kurma düzeyi açısından farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların hangi konuda ve hangi gruplar arasında ne yönde olduğunu anlamak için yüzde değerlere bakıldığında; 1000 TL ve altı geliri olan grup (%23,5) “Burdur halkı”, 1000 TL altı gelir grubu (%29,1), 1001-2000 TL arası gelir grubu (%29,1) “Şehir dışından gelenler”, 4001 ve üzeri geliri olan grup (%19,6) “yabancı turist”, 2001-4000 arası geliri olan grup (%63,6) “Farketmez/Karışık” ifadelerinde diğer gruplara kıyasla biraz daha fazla yoğunlaşmışlardır.

Tablo 67. Kadın ve Erkekler Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Düşünce Farklılıkları

	Erkek				Kadın				Ki-kare Sig.)
	Evet		Hayır		Evet		Hayır		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Daha fazla gelişmemelidir	14	5,1	262	94,9	14	8,0	160	92,0	0,203
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı	135	48,9	141	51,1	114	65,5	60	34,5	0,001
Konaklama tesisleri çoğaltılmalı	121	43,8	155	56,2	67	38,5	107	61,5	0,264
Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli	44	15,9	232	84,1	49	28,2	125	71,8	0,002
Fiyatlar ucuzlatılmalı	64	23,2	212	76,8	31	17,8	143	82,2	0,174
Yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı	117	42,4	159	57,6	82	47,1	92	52,9	0,325
Yenileme ve restorasyona önem verilmelidir.	64	23,2	212	76,8	35	20,1	139	79,9	0,443
Kültür turizmi, kongre turizm gibi yeni turizm türleri oluşturulmalı	53	19,2	223	80,8	34	19,5	140	80,5	0,930
Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli	92	33,3	184	66,7	40	23,0	134	77,0	0,019
Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı	62	22,5	214	77,5	30	17,2	144	82,8	0,181
Ulaşım olanakları geliştirilmelidir	25	9,1	251	90,9	3	1,7	171	98,3	0,002
Daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmalıdır	34	12,3	242	87,8	22	12,6	152	87,4	0,919
Diğer	2	0,7	274	99,3	1	0,6	173	99,4	0,849

Tablo 67’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; “Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı” ifadesine kadınlar (%65,5) erkeklere (%48,9) kıyasla daha fazla katılmaktadırlar, “Çevrenin

ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli” ifadesine kadınlar (%28,2) erkeklere (%15,9) kıyasla daha fazla katılmaktadırlar, “Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli” ifadesine erkekler (%33,3) kadınlara (%23,0) kıyasla daha fazla katılmaktadır ve “Ulaşım olanakları geliştirilmelidir” ifadesine kadınlar (%98,3) erkeklere (%90,9) kıyasla daha az katılmaktadırlar.

Tablo 68. Yaş Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Düşünce Farklılıkları

	18-30		31-40		41-50		51-60		60 üzeri		Ki-kare
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Daha fazla gelişmemelidir	21	10,1	3	2,7	1	1,6	1	2,2	1	6,2	0,029
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı	131	63,0	64	56,6	25	41,0	22	47,8	5	31,2	0,007
Konaklama tesisleri çoğaltılmalı	86	41,3	48	42,5	27	44,3	17	37,0	10	62,5	0,170
Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli	63	30,3	16	14,2	6	9,8	1	2,2	2	12,5	0,000
Fiyatlar ucuzlatılmalı	56	26,9	20	17,7	8	13,1	6	13,0	4	25,0	0,095
Yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı	84	40,4	50	44,2	31	50,8	24	52,2	7	43,8	0,611
Yenileme ve restorasyona önem verilmelidir.	37	17,8	25	22,1	21	34,4	9	19,6	5	31,2	0,107
Kültür turizmi, kongre turizm gibi yeni turizm türleri oluşturulmalı	35	16,8	29	25,7	12	19,7	8	17,4	2	12,5	0,498
Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli	43	20,7	34	30,1	30	49,2	18	39,1	6	37,5	0,000
Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı	29	13,9	29	25,7	12	19,7	17	37,0	4	25,0	0,009
Ulaşım olanakları geliştirilmelidir	9	4,3	7	6,2	5	8,2	6	13,0	1	6,2	0,331
Daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmalıdır	28	13,5	13	11,5	6	9,8	8	17,4	1	6,2	0,682
Diğer	0	0,0	1	0,9	0	0,0	1	2,2	0	0,0	0,127

Tablo 68’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; “Daha fazla gelişmemelidir” ifadesine 18-30 arası yaş grubu (%10,1), “Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı” ifadesine 18-30 arası yaş grubu (%63,0) ve 31-40 yaş arası grubu (%56,6), “Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli” ifadesine 18-30 arası yaş grubu (%30,3), “Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli” ifadesine 41-50 arası yaş grubu (%49,2) ve “Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı” ifadesine 51-60 arası yaş grubu (%37,0) daha fazla katılım sağlamaktadırlar.

Tablo 69. Eğitim Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Düşünce Farklılıkları

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Daha fazla gelişmemelidir	2	10,0	2	7,1	3	2,5	21	8,4	0	0,0	0,117
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı	9	45,0	14	50,0	57	46,7	149	59,4	20	69,0	0,070
Konaklama tesisleri çoğaltılmalı	9	45,0	12	42,9	43	35,2	116	46,2	8	27,6	0,154
Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli	0	0,0	6	21,4	16	13,1	64	25,5	7	24,1	0,010
Fiyatlar ucuzlatılmalı	4	20,0	5	17,9	25	20,5	58	23,1	3	10,3	0,585
Yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı	10	50,0	9	32,1	63	51,6	105	41,8	12	41,4	0,256
Yenileme ve restorasyona önem verilmelidir.	6	30,0	6	21,4	30	24,6	52	20,7	5	17,2	0,763
Kültür turizmi, kongre turizm gibi yeni turizm türleri oluşturulmalı	4	20,0	2	7,1	16	13,1	54	21,5	11	37,9	0,012
Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli	4	20,0	14	50,0	52	42,6	51	20,3	11	37,9	0,000
Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı	3	15,0	7	25,0	40	32,8	38	15,1	4	13,8	0,002
Ulaşım olanakları geliştirilmelidir	2	10,0	2	7,1	6	4,9	17	6,8	1	3,4	0,844
Daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmalıdır	4	20,0	5	17,9	13	10,7	29	11,6	5	17,2	0,556
Diğer	1	5,0	0	0,0	2	1,6	0	0,0	0	0,0	0,150

Tablo 69’da Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; “Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli” ifadesine üniversite (%25,5) ve lisansüstü (%24,1) mezunları, “Kültür turizmi, kongre turizm gibi yeni turizm türleri oluşturulmalı” ifadesine üniversite (%21,5) ve lisansüstü (%37,9) mezunları, “Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli” ifadesine ortaokul (%50,0) ve lise (%42,6) mezunları ve “Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı” ifadesine lise (%32,8) mezunları diğer gruplara kıyasla daha fazla katılmaktadırlar.

Tablo 70. Gelir Düzeyi Grupları Arasında Burdur’da Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenlerle İlgili Düşünce Farklılıkları

	1000 TL altı		1001-2000		2001-4000		4001 - üstü		Gelirim yok		Ki-kare (Sig.)
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Daha fazla gelişmemelidir	7	13,7	6	17,6	9	4,3	1	0,9	5	11,4	0,000
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı	31	60,8	22	64,7	106	50,7	63	56,2	27	61,4	0,366
Konaklama tesisleri çoğaltılmalı	13	25,5	13	38,2	91	43,5	55	49,1	16	36,4	0,061
Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli	14	27,5	7	20,6	40	19,1	21	18,8	11	25,0	0,647
Fiyatlar ucuzlatılmalı	15	29,4	11	32,4	37	17,7	17	15,2	15	34,1	0,011
Yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı	21	41,2	15	44,1	102	48,8	40	35,7	21	47,7	0,242
Yenileme ve restorasyona önem verilmelidir.	17	33,3	7	20,6	40	19,1	28	25,0	7	15,9	0,172
Kültür turizmi, kongre turizm gibi yeni turizm türleri oluşturulmalı	11	21,6	5	14,7	32	15,3	30	26,8	9	20,5	0,146
Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli	8	15,7	8	23,5	74	35,4	33	29,5	9	20,5	0,032
Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı	6	11,8	3	8,8	55	26,3	25	22,3	3	6,8	0,005
Ulaşım olanakları geliştirilmelidir	3	5,9	0	0,0	10	4,8	13	11,6	2	4,5	0,067
Daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmalıdır	6	11,8	2	5,9	30	14,4	11	9,8	7	15,9	0,516
Diğer	1	2,0	1	2,9	1	0,5	0	0,0	0	0,0	0,277

Tablo 70’de Pearson Chi-Square testinin (Sig.) değeri 0,05’ten küçük olan satırlar incelendiğinde; “Daha fazla gelişmemelidir” ifadesine 1001-2000 TL arası geliri olan grup (%17,6) ve 1000 TL ve altı geliri olan grup (%13,7) ve gelirim yok diyen grup (%11,4), “Fiyatlar ucuzlatılmalı” ifadesine gelirim yok diyen grup (%34,1), 1001-2000 TL arası geliri olan grup (%32,4) ve 1000 TL ve altı geliri olan grup (%29,4), “Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli” ifadesine 2001-4000 TL arası geliri olan grup (%35,4) ve 4001 ve üzeri TL geliri olan grup (%29,5), “Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı” ifadesine 2001-4000 TL arası geliri olan grup (%26,3) ve 4001 ve üzeri TL geliri olan grup (%22,3) diğer gruplara kıyasla daha fazla katılmaktadırlar.

3.4.3. Katılımcıların Burdur’da Turizmin Gelişimine Yönelik Önerileri ile İlgili Bulgular

Anket uygulamasında katılımcılara sorulan sorulara ek olarak “Eklemek istediğiniz başka bir şey var mı” sorusu sorularak katılımcıların isteğine göre yorum yapmaları istenmiştir. Ankete katılan 450 katılımcıdan 15’i bu kısmı yorumlayarak çalışmaya katkı sunmuşlardır. Katılımcıların yorumları şu şekildedir:

Katılımcı 1: “Yerel Halkın bilinçlenmesi çok önemli bir etkidir, mevcut tesisler üzerine yatırımlar araştırılıp iyileştirilmeler yapılmalıdır”.

Katılımcı 2: “Şehrin küçük olmasına rağmen özellikle son zamanlarda Salda Gölü’nün tanınırlığı arttı, Salda Gölü gibi bölgede turizmin gelişmesine yardımcı olacak birçok alternatif turizm potansiyeline sahip yerler bulunmaktadır. Bu yerler turizme kazandırılarak hem bölge turizmine hem de ülke turizmine katkı yapılması sağlanmalıdır”.

Katılımcı 3: “Bölgedeki turizm yatırımları yetersiz olduğu gibi gelişimi içinde harcanan bir çaba görmüyorum. Bu şekilde Burdur Turizmi yerinde sayacaktır ve gelişme göstermeyecektir.”

Katılımcı 4: “Yapılan araştırma yeterli kapasiteye sahiptir, Araştırmanın Burdur Turizmine katkı sunacağı görüşüne sahip olmakla birlikte bu gibi çalışmaların artırılması gerektiğine inanmaktayım”.

Katılımcı 5: “Burdur esnafının bölgeye gelen ziyaretçiler ile olan ilişkisi yeterli seviyeye sahip değildir, bu ilişki bağının düzeltilmesi gerekmektedir. Bu ilişkinin düzeltilmesi sonucunda bölge turizmi olumlu yönde etkilenecektir”.

Katılımcı 6: “Bölge turizminin gelişmesi için yerel halkta turizm bilincinin gelişmesi gerekmektedir, dışardan gelen ziyaretçilere daha samimi ve mütevazı davranılmalıdır”.

Katılımcı 7: “Bölge turizminin birçok eksiği bulunmaktadır, yatırımlar yeterli seviyede değildir. Bölge turizmin gelişmesi için daha çok reklam ve tanıtım faaliyetleri yapılmalıdır”.

Katılımcı 8: “Burdur coğrafyası ele alındığı zaman ilde gerçekleşen turizmin memnun edici bir yönü yoktur, potansiyelin olmasına rağmen turizm çeşitlendirmesi yapılmamaktadır. Önümüzdeki süreçlerde de bölgedeki turizm olumsuz yönde gelişeceğini ve ekonomik açıdan katkı sunmayacağını söyleyebilirim”.

Katılımcı 9: “Bölgede turizmin gelişmesi için şehirde alt yapı ve üst yapı çalışmaları geliştirilmelidir, yeni alışveriş merkezleri açılmalıdır, spor tesislerinin çoğaltılmalı ve ulaşım olanakları fazlalaştırılmalıdır”.

Katılımcı 10: “Burdur’da yaşayan halk ekonomik kazançlarını bölge dışına değil, Burdur iline yatırım yapmalıdır. Bölgede var olan tesislerin özellikle aile ortamlarına uygun şekilde olmalıdır ve bu şekilde restore edilmelidir. Aynı zamanda doğal güzelliklere sahip olan yerlerin, hafta sonu tatilleri için yine aile ortamına uygun şekilde aktivite (sabah kahvaltısı) yapması gerekmektedir”.

Katılımcı 11: “Burdur halkının turizmle olan ilişkisi yeterli seviyede değildir. Olumsuz yönlerin olumlu yönlerden fazla olması bölge turizminin gelişimine olumsuz şekilde etki yaratmaktadır”.

Katılımcı 12: “Burdur turizminin gelişime ihtiyacı vardır. Bunun için öncelikle yerel halkın bu konu da öncülük yapması gerekmektedir, fakat yerel halk bu yönden gelişime kapalıdır. Aynı zamanda şehir de bulunan alışveriş merkezlerinin yeterli bir kapasitesi yoktur, çoğu ihtiyaçlarımızı karşılanmak için alternatif şehirlere (Isparta, Antalya) gitmekteyiz”.

Katılımcı 13: “Bölgedeki turizm çekiciliği olan tarihi yerler (Sagalassos) daha iyi korunmalı ve iyileştirilmeler yapılırken tahribat oluşturmada restore edilmelidir”.

Katılımcı 14: “Burdur ilinin alternatif turizm potansiyeli oldukça fazladır. Buna rağmen ildeki turizm faaliyetleri yetersiz kalmaktadır. Buna ek olarak Burdur ili emekli şehridir, bu da turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini etkilemektedir, bu yönden bölgedeki turizm gelişimi oldukça kapsamlı haldedir”.

Katılımcı 15: “Bölgede eko turizm alanında daha fazla faaliyet yapılmalı, sürdürülebilir turizm çeşitleri çoğaltılmalıdır. Paleontoloji dalı geliştirilmelidir. Turizmi konu alan araştırmalar çoğaltılmalı ve bölgenin turizm yönünden dezavantajları iyice saptanmalıdır”.



SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizm sektörünün dinamik ve genç bir sektör olması açısından değerlendirildiğinde ankete katılanların genellikle gençlerden oluşması (%72,6'sı 40 yaş ve altı) anlamlıdır.

Turizm algısının gelişmesi için, yeni yerler görmek, boş zamanlarını değerlendirmek ve turizme karşı istekli olma ile kişilerin öğrenim düzeyleri arasında yakın ilişki olduğu bilinmektedir. Bu açıdan ankete katılan kişilerin öğrenim düzeylerinin çoğunluğunun (%55,8) üniversite ve lise (%27,1) daha sonra lisansüstü (% 6,4) olması önemlidir.

Katılımcılar arasında memur ve işçi oranının fazla olması aylık gelir düzeyi sonuçları ile örtüşmektedir. Bu durumda katılımcıların orta düzey bir gelir seviyesine sahip olduğu görülmektedir. Katılımcılar arasında öğrenciler ve ev hanımları da bulunduğu için “gelirim yok” maddesini işaretleyenlerin oranı %9,8 şeklindedir.

Tabloya 6'ya göre yerel halk turizme olumlu bakmaktadır. Turizme ekonomik, kültürel, toplumsal değerleri bozan, çevreyi kirleten ve tahrip eden olumsuz bir faaliyet olarak bakılmadığı görülmektedir. Turizm ile birlikte ekonominin gelişeceğini, kültürün artacağını, insanların birbiri ile kaynaşmasını sağlayacağını, çevre düzenlemelerinin artacağını, kültürel ve tarihi değerlerin korunacağını beklemektedirler.

Tablo 7'ye bakıldığında Burdur halkının tatile oldukça önem verdiği görülmektedir. Tatile önem veren ve mümkün olduğunca ikametgâhlarından uzaklaşarak tatil yapmaya gayret eden insanların turizm faaliyetlerine bakışının da pozitif olması beklenen bir sonuçtur. Ayrıca bu deneyimlerin turizmin başka bölgelerde nasıl bir ekonomik, sosyal ve kültürel etki yaptığının görülmesine de katkısı olacağı kesindir.

Tablo 8'de katılımcıların büyük bir kısmının tatillerini Akdeniz Bölgesinde geçirdiğini ifade ettikleri görülmektedir. Özellikle Antalya ilinin Burdur iline olan yakınlığı (128,9 km) bu durumun ortaya çıkmasında etkili olduğu söylenebilir. Burdur ve yakın çevresinde tatilini geçirenlerin sayısı da azımsanmayacak kadar fazladır.

Tablo 9'a göre; Burdur halkının ildeki mevcut turizm imkânlarının çekici bulunmadığına yönelik bir düşüncenin hâkim olduğu görülmektedir. Mevcut turizm tesisleri yenilenmeli, iyileştirilmeli ve kalifiye edilmelidir. Özellikle tarihi ve kültürel

kaynaklar turizme kazandırılmalı, alternatif turizme önem verilmeli ve turizme kazandırılmalıdır.

Tablo 10'a göre, Burdur halkı ilde bulunan mevcut turizmin yanı sıra alternatif turizme uygun zengin doğal güzelliklerin ildeki en önemli özellik olduğunu söylemektedir. Aynı zamanda Burdur ilinin sakin ve güvenilir bir ortama sahip olduğu görülmektedir. Tarihsel, kültürel kaynaklar yönünden zengin olması ve yolların birleştiği, kesişim noktaları arasında bulunması Burdur ilini turizm yönünden avantajlı konuma soktuğu söylenebilir.

Tablo 11'e göre, Burdur'un turizm açısından zayıf yönleri olarak; bölgenin alternatif turizm potansiyelinin iyi durumda olduğu bilinmesine rağmen, bölge halkı turizm yatırımlarının istenilen seviyede olmadığını, alt yapı ve üst yapı çalışmalarının yetersiz olduğunu, yerel halkta turizm bilincinin gelişmesi gerektiği görüşlerini belirtmektedirler. Reklam ve tanıtım alanında yetersizlikler olduğu gibi turizm hizmet kalitesinin zayıflığı da ifade edilmiştir. Tablo 12'ye göre Şehrin sakin ve güvenli, ulaşımın kolay ve doğal güzelliklerin ilgi çekici olması, Burdur ilini turizm faaliyetinde avantajlı konuma sokmaktadır. Tablo 13'e göre Tabloya göre turizmin olumlu ekonomik etkisi olumsuz ekonomik etkilerine göre oldukça fazladır. Bunu örneklerle belirtecek olursak diğer sektörlerin gerileyeceğini düşünenlerin oranı %1,3, yerel ve küçük esnafın sıkıntıya düşeceği görüşünü belirtenler %3,3 oranındadır. Tablo 14'e göre, Tarihi ve kültürel yapılar koruma altına alınır cevabı en önemli olumlu çevresel etki olarak saptanmıştır. Burdur halkı turizmin gelişmesi ile birlikte gelecek nesillere daha güzel bir çevre bırakılacağını, aynı zamanda kentsel hizmetlerinde turizmle birlikte gelişeceğini belirtmişlerdir. Katılımcılar bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte çevresel etkilerin olumlu yönde gelişeceği görüşünü paylaşmaktadırlar. Tablo 15'e göre, Burdur yerel halkının büyük çoğunluğu, turizmin ilde gelişiminin, sosyo-kültürel açıdan olumlu yönde gelişeceği görüşünü paylaşmaktadırlar. Turizmin sosyo-kültürel yönden olumsuz etkileri olduğu görüşüne sahip deneklerin çok az olduğu görülmektedir.

Tablo 16'ya göre Katılımcıların büyük çoğunluğu turistlerle tesadüfî diyaloglar (adres sorma) vb. gibi yönlerle iletişim kurmaktadırlar. Turistlerle iletişim kurmayanların oranı ise %44 olarak belirtilmiştir. Tablo 17'ye göre Yerel halk bölgede turizmin daha fazla gelişmesi için, Burdur ilinin mevcut tesislerinin iyileştirilmesini, kalifiye ve restore

hizmetlerinin artırılması görüşüne sahiptirler. Yerel halkta oluşacak turizm bilincinin ve bölgeye yeni yapılacak konaklama tesislerinin bölgede turizmin gelişimi için katkı sunacağını paylaşmaktadırlar.

Turizme Bakış açısından katılımcı kadın ve erkekler arasında anlamlı bir düşünce farklılığının olmadığı görülmüştür. Turizmin kültürel yönden pozitif etkilerinin olduğuna orta ve ileri yaş katılımcılarının olumlu görüşleri yoktur. İnsanları kaynaştıran bir olgu ama kültürel yönden pozitif etkisi yoktur denilmesi elbette yerel ve ulusal kültürün turizm ile birlikte dejenere olabileceği düşüncesi ile ifa edildiği düşünülebilir. İlkokul mezunundan Üniversite mezununa kadar tüm katılımcıların turizm ile ilgili algıları benzeşmiş durumdadır. Gelir seviyesinin turizm ile ilgili algılamaları farklılaştırmadığı görülmüştür. Katılımcılar içerisinde kadınların erkeklere kıyasla tatile gitmeye daha olumlu baktıkları görülmektedir. Türkiye’de yapılmış olan toplumsal cinsiyet araştırmalarından bazıları (KONDA, 2019: 56) da benzer sonuçları vermiştir. Bu tarz araştırmalarda elde edilen sonuçlara göre kadınların tatile yapma eğilimleri erkeklere göre daha fazladır.

Araştırma neticesinde eğitim seviyesi arttıkça tatile gitme eğilimlerinin de arttığı görülmektedir. Benzer sonuçlar Karakaş ve Güngör (2012: 177) ’e göre de tespit edilmiştir. Turizm faaliyetleri açısından tüketim alışkanlıkları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır. Eğitim seviyesi yüksek olan bireylerin farklı yerleri gezmek ve farklı kültürlerle iletişime ve etkileşime geçmek isteklerinin daha fazla olduğu ve sanat, spor ve kültürle ilgili farklı ortamlara girme eğilimlerinin daha fazla olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılar arasında gelir düzeyleri açısından da tatile gitme alışkanlıkları açısından anlamlı bir farklılık çıkmıştır. Turizm tüketimi ile ilgili tercihlerde etkili olan faktörlerin başında yaşam tarzı, kişilik, aile yapısı ve gelir düzeyi gibi faktörlerin geldiği (Pekyaman vd., 2018: 4) bilinmektedir.

Eğitim seviyesi yüksek olan katılımcılara göre tarihi ve kültürel kaynaklar yeterince korunmamaktadır. Bu durum bölgedeki kültür turizmine yönelik turizm faaliyetlerinin olumsuz yönde etkilenebileceğini göstermektedir. Aynı zamanda da turizm olayı gerçekleştirilirken çevrenin tahrip edilmemesine vurgu yapmışlardır. Yerel halkın turizm açısından bilinçlendirilmesi fikri de Burdur turizminin gelişimi için önemli bir noktadır.

Burdur ili turizm potansiyeli bakımından oldukça zengin bir konumdadır. Buna rağmen bölgede yeteri kadar alt ve üst yapı çalışmaları yapılmamaktadır. Katılımcılar eğitim seviyesi fark etmeksizin bu görüşü bildirmişlerdir. Eğitim seviyesi yüksek olan katılımcılar turistik hizmet kalitesinin yeterli olmadığı görüşüne sahipken, eğitim seviyesi lise ve altında olan katılımcılar ise turizm çeşitlendirmesinin yeterli seviyede olmadığı görüşünü belirtmişlerdir. Katılımcılara göre bu görüşler, Burdur ilinin turizm açısından zayıf yönlerini ortaya koymaktadır.

Turizmde gelişim gösterebilmek ve çekicilik yaratmak için önemli rekabet avantajlarına sahip olmanız gerekmektedir. Katılımcılardan eğitim seviyesi lise ve altı olanlar Burdur ilinin ulaşılabilirliğinin kolay olduğunu düşünmektedirler. Gene lise ve altı eğitim seviyesine sahip katılımcılar bölgedeki tarihi ve kültürel yapıların korunduğu görüşünü öne çıkarmışlardır. Eğitim seviyesi lise ve üstü olan katılımcılara göre Burdur ilinin tatil imkânlarının ucuz olması ilin turizmde önemli rekabet avantajını oluşturmaktadır.

Bir bölgede turizmin geliştikçe diğer sektörlerinde gelişim göstereceği bilinmektedir. Bu durumu eğitim seviyesi lise ve üstü olan katılımcılar, Burdur ilinde turizmin gelişimi ile birlikte diğer sektörlerinde gelişeceği fikrini öne çıkartarak desteklemişlerdir. Aynı zamanda farklı alternatif turizm çeşitlerinin (kongre ve kültür turizmi vb.) geliştirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Eğitim seviyesi lise ve altı olan katılımcılar ise turizmi on iki aya yayacak projelerin oluşturulması gerektiğine ve bununla birlikte turizmin sürdürülebilirliğine dikkat çekmektedir.

Turizmin bölgesel gelişiminde önemli konulardan bir tanesini de yerel halk ile turist ilişkisi oluşturmaktadır. Yerel halkın turiste bakış açısı ve onlara karşı olan tutumu turizm gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu ikili arasındaki ilişki kadar önemli olan konulardan bir tanesi de turist profilidir. Burdur ilinin turist profilini kimlerin oluşturması gerektiği fikrine, katılımcılar eğitim seviyesi fark etmeksizin ‘fark etmez/karışık’ seçeneğini seçmişlerdir. Bu sonuç kapsamında farklı kültürlerden her türlü yabancı veya yerli turisti bölgeye beklediklerini ifade etmişlerdir.

Burdur’un turizm imkânlarını erkek katılımcılar daha az çekici bulmaktadır. Erkekler ve kadınlar ağırlıklı olarak Burdur’un turizm imkânlarını yetersiz görmüşlerdir. Benzer şekilde yaş grupları arasında da Burdur’un turizm imkânları açısından bir

algılama farklılığının olmadığı tespit edilmiştir. Burdur'un turizm imkânlarının yeterli olmadığı konusunda katılımcı yaş grupları ittifak etmektedirler. Ancak, benzer sonuçlar eğitim düzeyleri arasında geçerli değildir. Burdur'un turizm imkânlarını çekici bulmuyorum diyen insanların daha fazlası lisans ve lisansüstü seviyedeki katılımcılardır. Eğitim seviyesi arttıkça turizmden beklentilerin artması söz konusudur. Eğitim seviyeleri yüksek olan insanların kültürel etkinliklere katılma ve turizm destinasyonunun sahip olduğu kültürü öğrenme ve yaşama isteklerinin daha fazla olduğunu tespit eden çalışmalar vardır. Turizmi aynı zamanda kişisel gelişimin de bir parçası olarak görme eğilimleri söz konusudur (Ayaz ve Yalı, 2017: 56). Bu durumda, Burdur'un turizm imkânları geliştirilirken Burdur'un yerel kültür öğelerini içeren çalışmalar yapılmasında fayda olacağı söylenebilir. Gelir seviyesi yüksek olan katılımcılar Burdur'un turizm imkânlarını daha az yeterli bulmaktadırlar. Gelir seviyesi ile turizm tercihleri arasındaki ilişkileri araştıran bazı çalışmalarda (Üzümcü, 2016; Öner ve Cansu, 2019) gelir seviyesi arttıkça bireylerin hizmet kalitesiyle daha fazla ilgilenmeye başladıklarını göstermiştir. Gelir seviyesi yüksek olan bireylerde turizm talebi oluşturabilmek için alternatif turizm olanaklarını sunmak gerekmektedir (Güzel, 2011). Burdur'un turizm imkânlarının artırılmasının bir boyutu da alternatif turizm olanaklarının geliştirilmesi olacaktır.

Katılımcılardan erkekler Burdur'un tarihsel, kültürel kaynaklar yönünden daha zengin olduğunu düşünürken, kadınlar ise sakin ve güvenli bir ortam olduğuna vurgu yapmışlardır. Sektörde gerçekleştirilen bir araştırmada (turizmaktuel.com) kadınların tatil anlayışında güvenlik, konfor ve alışveriş, erkeklerin tatil anlayışında ise, rahatlık, özgürlük ve macera olduğu tespit edilmiştir. Burdur'un turizm ile ilgili gelişimini planlarken bu tarz tercih farklılıklarının da dikkate alınmasında fayda vardır.

Kadın katılımcılar Burdur turizminin gelişim göstermesi için yapılması gereken düşünceler hakkında mevcut tesislerin iyileştirilmesi gerektiğini ve çevrenin ağaçlandırılmasının ne kadar önemli olduğu konusuna vurgu yapmışlardır. Erkek katılımcılar ise ulaşım olanaklarının gelişmesi gerektiğini ve turizmi bütün yıla yayacak plan ve projelerin oluşturulması gerektiğini savunmaktadırlar.

Erkek katılımcılar alternatif turizme uygun bir çevrenin olması, kültürel kaynakların zenginliği ve konum olarak Burdur ilinin yolların kesiştiği bir yerde olmasının ilin en önemli özellikleri arasında olduğunu söylemişlerdir. Kadın katılımcılara

göre Burdur ilinin sakin ve güvenilir bir yer olması ili turizm açısından avantajlı hale getirmektedir. Kadın katılımcılar doğal, tarihi ve kültürel yapıların daha çok korunması gerektiğini de özellikle söylemektedirler.

Turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo kültürel etkilerine bakıldığı zaman erkek katılımcılar turizmin gelişmesi ile birlikte diğer sektörlerinde gelişeceği fikrine daha çok sahiptirler. Kadın katılımcılar ise turizmin gelişmesi ile birlikte oluşacak çevresel etkiler arasında halkın doğal ve kültürel kaynaklara ilişkin farkındalıklarının yükseleceği ve doğal ve tarihi alanların tahrip edileceğini erkeklere oranla daha çok düşünmektedirler. Erkek katılımcılarda ise yolların kalitesinin iyileşeceği görüşü hâkimdir. Sosyo kültürel etkilere bakılacak olursa kadın katılımcılar erkeklere oranla turizmin gelişmesi ile birlikte ilin doğal ve kültürel değerlerinin artacağını söylemektedirler.

Literatürde yerel halk ve turizmin ekonomik etkileri hakkında pek çok araştırma yapılmıştır. Turizmin gelişim göstermesi ile birlikte bölgenin ekonomik yönden gelişim göstereceği fikri çoğu araştırma sonuçlarına yansımıştır. (Gümüş ve Özüpekce, 2009) çalışmasında, Foça'da turizmin ekonomik etkilerini araştırmış ve turizmin Foça'da yerel halka ekonomik katkıyı en çok sunan olgu olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda yapmış olduğum araştırmada katılımcıların gelir seviyesine göre turizmin ekonomiye olan etkisi hakkında ne düşündüklerine bakıldığında, bütün gelir grupları fark etmeksizin turizmi ekonomik bir faaliyet olarak gördükleri sonucu ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların görüşlerine göre Burdur turizminin turizm imkânları genel olarak çekici bulunmamaktadır. Yeterli buluyorum şikkına katılım gösteren en belirgin kesim gelir düzeyi düşük olan katılımcılardır. Gelir düzeyi yüksek olan katılımcılar ise bölgedeki mevcut turizm tesislerinin restore edilmesi ve kalitesinin artırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Gelir düzeyi yüksek olan katılımcıların belirttiği önemli konulardan biri de bölgede turizm yatırımlarının yeterli olmadığı, alt yapı ve üst yapı çalışmalarının yetersiz kaldığı fikridir. Gelir düzeyi açısından yüksek gelir düzeyine sahip katılımcıların görüşüne göre kültürel yapıların korunmuş olması ili turizm açısından avantajlı kılmaktadır. Düşük gelire sahip katılımcılara göre ise Burdur ilindeki doğal güzelliklerin ve çevrenin ilgi çekici olması bölgenin turist çekiciliğine katkı sağlayacaktır.

Gelir düzeyi grupları arasında Burdur turizminin ekonomik etkilerine bakıldığında, yüksek gelire sahip olan katılımcılar turizmin gelişmesiyle birlikte diğer

sektörlerinde gelişeceğini düşünmektedirler. Bir gelire sahip olmayan ve düşük gelirli katılımcılar ise tam aksine diğer sektörlerin turizmle birlikte gelişmeyeceği fikrine daha çok katılmaktadırlar. Turizm alanları kullanılırken bu alanların sürdürülebilirliği de oldukça önemlidir. Aynı zamanda turizmin gelişim göstermesi için alternatif turizmden faydalanmalı ve turizmi on iki aya yayacak projeler geliştirilmelidir. Gelir seviyesi yüksek olan katılımcılar Burdur turizminin gelişim göstermesi için bu fikirleri öne sürmüşlerdir. Gelir seviyesi düşük olan katılımcılar ise Burdur turizminin gelişim gösterebilmesi için fiyatların ucuzlatılması gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca geliri düşük olan katılımcılar, turizmin daha fazla gelişmemesi gerektiği görüşünü en fazla destekleyen katılımcılar olarak göze çarpmaktadır.

Yapılan çalışmanın verilerine göre Burdur halkının çoğunluğu boş vakitlerini değerlendirmek için turizm faaliyetlerine katılım göstermekte ve tatil amaçlı seyahat etmektedir. Özellikle Akdeniz bölgesinin yakınlığı ve turizm kenti olarak bilinen Antalya ilinin konum olarak Burdur iline yakınlığı bu durumu etkilemektedir. Tatil organizasyonlarına katılım sağlayan bireylerin daha çok genç kesimden oluştuğu görülmüştür. Genç bireyler yeni yerler görmek, değişik kültürlerden insanlarla tanışmak ve boş vakitlerini değerlendirmek için turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Diğer yaş gruplarına göre gençler turizm faaliyetlerine katılmak için daha isteklilerdir. (Polat, 2017) araştırmasında genç bireylerin tatile katılma isteklerinin diğer yaş gruplarına göre daha fazla olduğu görüşüne yer vermiştir. Bu bağlamda yapmış olduğum araştırmada da yaş grupları içerisinde genç bireylerin turizm ve tatile katılma konusunda daha istekli oldukları sonucu ortaya çıkmıştır.

Yaş grupları arasında turizmin ekonomik yönden etkilerine bakıldığında, genç nüfus turizmle birlikte gelirlerinin artacağı fikrini belirtmiştir. Kırk yaş ve üzeri katılımcılar ise daha çok diğer sektörlerin gelişeceğini düşünmektedirler. Çevresel yönden etkilerine bakıldığında ise kırk yaş ve üzeri katılımcılar diğer katılımcılara göre ulaşım olanaklarının gelişeceği fikrine daha çok katılmaktadırlar. Yaş gruplarının Burdura gelen turistlerle iletişim bağına bakıldığında, turistlerle en çok iletişim kuran nüfusun genç nüfus olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ancak genç nüfusun iletişim boyutu tesadüfî diyaloglardan ve ayaküstü sohbet etmekten oluşmaktadır. Bu durum yerel halk ve turist ilişkisi arasındaki kopukluğu da göstermektedir.

Burdur da turizmin gelişmesi için yapılması gerekenler ile ilgili genç nüfus, mevcut tesislerin iyileştirilmesi gerektiğini, hizmet kalitesinin artırılmasını ve çevrenin tahrip edilmemesi gerektiğini belirtmiştir. Kırk yaş ve üzeri katılımcılar ise turizmi on iki aya yayacak projelerin önemini ve turizmin sürdürülebilir olması gerektiği fikrini belirtmişlerdir. Ayrıca çalışmaya katılım gösteren genç nüfusa göre Burdur da tatil imkânlarının ucuz olması, Burdur ilinin önemli rekabet avantajlarından.

Yerel halk ve turist ilişkisi turizmin bölgesel gelişimindeki önemli etkenlerden bir tanesidir. Turizmin gelişimini yerel halkın ziyaretçilere olan karşı tutumları ve davranışları da etkilemektedir. Burdur'da yaşayan halkın turistlere karşı daha olumlu bir tutum sergilemelerinde fayda vardır. Bu ilişkiye Katılımcı 5,6 ve Katılımcı 11 de yorumları ile katkı sunmuşlardır. Buna göre turistlere karşı olumsuz davranışlardan kaçınıp daha olumlu şekilde yaklaşılması bölgedeki turizmin gelişmesine katkı sunacaktır.

Burdur turizmi birçok alternatif turizm potansiyelini bünyesinde bulundurmaktadır. Yayla turizmi, çiftlik turizmi, göl turizmi, kuş gözlemciliği ve tarım turizmi bunlardan bazılarıdır. Klasik deniz-kum-güneş turizminden sıkılan ve yeni alternatif turizm çeşitleri ile ilgilenen ziyaretçiler için Burdur ili önemli bir konaklama noktası olabilir. Bu kapsamda gerekli mecraların harekete geçerek bu turizm türlerine daha çok önem vermesi ve gelişimi için yeni planlar ve projeler üretmesi bölge turizminin gelişimine katkı sunacaktır.

Birçok insan ve yeni yerler keşfetmek, daha önceki medeniyetlerin veya kültürlerin geride bıraktığı izleri görmek için kültürel amaçlı seyahatler etmektedir. Burdur turizminde etkili olan turizm türlerinden birisi de kültür turizmidir. Burdur ili kültürel ve tarihi kaynaklar bakımından oldukça zengin bir coğrafyada yer almaktadır. Sagalassos, İncirhan, Kbiyra, Susuzhan ve Kremna vb. gibi tarihi yerler, daha önce bu bölgede yaşayan medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bu zenginliğin oluşturduğu avantajla birlikte, Burdur ilindeki kültür turizminin bölgesel gelişime katkı vermesi beklenmektedir. Bu tarihi kaynaklar eski mimari yapısına göre restore edilmeli ve bölgedeki turizm faaliyeti gösteren seyahat işletmecileri ve tur operatörleri aracılığı ile ziyaretçi sayıları da artırılmalıdır.

Burdur ili ülkemizdeki mevcut turizm potansiyelinin içerisinde önemli sayılabilecek bir konumda değildir. Fakat gerek doğal güzellikleri, kültürel zenginlikleri ve tarihi değerleri bakımından önemli bir kapasiteye sahiptir. İlin önemli avantajlarından birisi de Antalya gibi turizmin en çok yoğun olduğu illerden birine komşu olmasıdır. Yine Denizli’de bulunan travertenler ve Isparta Davraz kayak merkezi gibi turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği yerlerin geçiş yolu üzerinde olması Burdur turizminin elini güçlendirmektedir. Burdur ilinde bulunan Salda Gölü, İnsuyu Mağarası ve Sagalassos Antik kenti önemli çekiciliği bulunan turizm alanlarıdır. Bu kapsamda bölgedeki seyahat acenteleri ve tur operatörleri diğer acenteler ve tur operatörleri ile iletişim halinde olarak, bölgedeki konaklama yapılan tesislerde ziyaretçileri konaklatıp gerekli alanlarda turizm faaliyetlerini daha da fazlalaştırabilir. Aynı zamanda tanıtım ve reklamın eksikliği bölge turizme olumsuz yönde etki etmektedir. Günümüzde reklamcılık faaliyetleri daha çok sosyal medya üzerinden yapılmaktadır. Sosyal medya ile kısa bir zaman içerisinde birçok kişiye ulaşılabilir. Bu yüzden sosyal medya çalışmalarına önem verilmelidir. Alt yapı ve üst yapı çalışmaları geliştirilmeli, özellikle şehre yeni alışveriş merkezlerinin inşa edilmesi faydalı olacaktır. Katılımcıların görüşlerine göre birçok kişi ihtiyaçlarını alternatif şehirlerden karşılamaktadır. Yeni turizm yatırımlarının yapılması mevcut turizm tesislerinin restore çalışmalarının yapılmasında fayda vardır.

Burdur ili zengin alternatif turizm potansiyeline sahiptir. Alternatif turizm bölgedeki turizm çeşitlendirmesine önemli etki yaratmaktadır, fakat bölge ne kadar zengin kaynaklara sahip olsa da bu potansiyel yeteri kadar kullanılmamaktadır. Özellikle son zamanlarda Salda Gölü’nün turizmdeki artan yeri ve tanınmışlığı gibi bölgedeki diğer potansiyellerinde turizme kazandırılması gerekmektedir. Diğer alternatif potansiyellerinde turizme kazandırılması ile turizmin bölgedeki gelişimi hızlandıracaktır.

Literatürde Burdur ili ile ilgili yapılan pek çok çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmaların sonuçlarına göre, Burdur ilindeki alternatif turizm çeşitliliğinin turizmin bölgesel gelişimine katkı sunacağı ortaya konmuştur. Burdur ilinin önemli turizm potansiyelinin birisini de göl turizmi oluşturmaktadır. Özellikle Salda Gölü Burdur turizminde önemli rol oynamaktadır. Türkiye’nin Maldivler’i olarak bilinen Salda Gölü son zamanlarda ziyaretçi akınına uğramaktadır. Turizme daha çok fayda sağlaması için salda gölüne ‘millet bahçesi’ olarak adlandırılan rekreasyonel kullanım alanları yapılmaktadır. (Ceylan ve Bulut: 2019) çalışmasında bu durumu araştırarak Salda Gölü

üzerindeki projelerin dezavantajlarından bahsetmişlerdir. Çalışmaya göre millet bahçesi içerisinde kafe, restoran vb. gibi işletmelerin yapılacağını ve ihale ile kişilere verileceğini söylemişlerdir. Aynı zamanda salda Gölüne yılda yedi yüz bin kişinin giriş yaptığını ve bu sayının sınırlandırılması gerektiğini, giriş yapan ziyaretçi sayısının kapasiteyi aşmasından dolayı çevresel bozukluklara sebebiyet verdiğini belirtmişlerdir. Tüm bunlar göz önüne alındığında Salda Gölü turizm amaçlı kullanılırken korunması gerekmekte ve fiziksel kapasitesi iyi araştırılarak planlı bir şekilde turizm faaliyetini devam ettirmesi gerekmektedir.

Turizmin bölgesel gelişimine katkı sağlayan ve turizm faaliyetlerinden en çok etkilenenler arasında yerel halk bulunmaktadır. Turizm faaliyetlerinde doğrudan etkilendiği için yerel halkı turizm planlamalarına dâhil etmek gerekmektedir. Yerel halkın turizmdeki rolünün ne kadar önemli olduğunu (Kiper ve Yılmaz, 2008) çalışmasında açıklamışlardır. Kırsal kalkınmada yerel halkın önemine değinilen çalışmaya göre, yerel halk kırsal kalkınmada ön planda tutulmalı ve turizm planlamalarına dâhil edilmelidir. Burdur halkı bölgedeki turizm faaliyetlerini destekleyen ve turizm faaliyetlerine katılan bireylerden oluşmaktadır. Bu yüzden turizmin bölgedeki gelişimi planlanırken, ilgili kurumlar yerel halkın turizm hakkındaki görüşlerini, turizme ve turiste olan bakış açılarını incelemelidir. Aynı zamanda yerel halkın turizm bilincinin geliştirilmesi turizmin bölgesel gelişimi için önemlidir.

2019 yılında Dünyayı sarsan Covid 19 salgını turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemiştir. (Acar, 2020) çalışmasında salgının turizm faaliyetlerine olan etkisini araştırmış ve Dünya ekonomisini yaklaşık 280 milyon dolar zarara uğrattığını ifade etmiştir. Özellikle Covid 19 salgının ortaya çıkardığı olumsuz algılar sonucunda, bireyler kitlesel turizm hareketlerinden vazgeçerek daha çok bireysel turizm hareketlerine yönelmiştir. Bu bağlamda zengin bir turizm potansiyeline sahip olan Burdur ili, gerekli planlamalar ve gerekli mecralarında harekete geçirilmesiyle birlikte, salgının getirdiği dezavantajları avantaja dönüştürerek bu bireysel hareketlenmeden payını alabilecek bir turizm şehrine dönüştürülebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2020). Yeni koronavirus (covid-19) salgını ve turizm faaliyetlerine etkisi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Akay, B. ve Zengin, B. (2012). Eko turizm kaynaklarının geliştirilmesi: Doğu Marmara bölgesi örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 115-122.
- Akcüre, A. S. (2006). Burdur il master planı, T.C. tarım ve köy işleri bakanlığı, Burdur İl Tarım Müdürlüğü. Burdur. https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/TARYAT-/Belgeler/il_master_plan/burdur.pdf. (Erişim tarihi 25 Kasım 2020).
- Akça, H. (2005). Burdur ilinin kırsal turizm potansiyeli ve değerlendirilmesi, (515-517). *I. Burdur Sempozyumu Bildiriler Kitabı 1*, 16-19 Kasım 2005, Burdur.
- Akoğlan Kozak, M. A. ve Bahçe, S. (2012). Özel ilgi turizmi, (2. baskı), Ankara, Detay Yayıncılık.
- Akova, A. (2013). Gökyüzünü sevdiren göller, *National Geographic Traveler Nisan*, 44-52.
- Aktürk, E. ve Tekman, N. (2016). Konut talebi ve Erzurum kent merkezinde tüketicilerin konut edinme kararlarını etkileyen faktörler, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 423-440.
- Ala, Z. (2001). *Burdur yerleşim alanı ve çevresinin hidrojeoloji incelemesi*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Albayrak, A. (2003). Alternatif turizm, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Alyakut, Ö. (2020). Kitle kültürünün geleneksel Türk tatlı kültürüne etkisi: internet medyasında yeni nesil lokma tatlısı, *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bölümler Araştırma Dergisi*, 7, 377-391.
- Aray, G. (2009). *Makro konumlandırma ve şehir markaları: Burdur şehrinin markalaşmasına yönelik bir uygulama*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. İzmir.
- Arıkboğa, Ş. (2010). Örgütsel davranış, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Kitabı, İstanbul.
- Arıkök, İ. (2001). *Beş-altı yaş çocuklarında görsel algı eğitiminin okuma olgunluğuna olan etkisinin incelenmesi*, [Yayımlanmamış Bilim Uzmanlığı Tezi], Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Arslan, E. S. (2019). Burdur'da doğa turizmi ile ilişki alternatif rotaların belirlenmesi, *IGGE (International Journal of Geography and Geography Education)*, (40), 332-346.
- Arslaner, E. ve Erol, G. (2017). Alternatif turizmin bazı türleri üzerine bir değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 422-438.
- Ataman, D. ve Özer, Ö. (2020). Mardin yerel halkının turizm algısının turizmi destekleme niyeti üzerindeki etkisi, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 2(2), 203-215.
- Atayeter, Y., Selahattin, K., ve Pelin K. (2013). Burdur ili turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve rekabet analizi, (1. baskı), Fakülte Kitabevi, Ekim, Isparta.
- Atsan, M. ve Çetinsöz, B. (2019). Mağara turizmini tercih eden turistleri motive eden faktörler: Aynalıgöl (Gilindire) mağarasına yönelik bir içerik analizi, *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 260-272.
- Avcıkurt, C. (2017). Turizm sosyolojisi: Genel ve yapısal yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ayaz, N. ve Yalı, S. (2017). Kültürel turistlerin seyahat tercihleri ve yiyecek-içecek beklentileri: Safranbolu örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 43-61.
- Aysal, N. ve Caran, Ş. (2018), Sagalassos antik kenti (Psidia) yapı ve dekor taşlarının mineralojisi, petrografisi ve kaynak alanları, *İstanbul Yerbilimleri Hakemli Üniversite Dergisi*, 22(1), 1-20.
- Balcı, S. (2003). Türkiye'nin alternatif turizm potansiyeli ve güncel sorunlar konferansı, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 65-68.
- Baykul, A. ve Maden, I. S. (2017). Bölgesel kalkınma ve turizm ilişkisi: TR61 bölgesi üzerine bir değerlendirme, *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 65-73.
- Berberoğlu, E. ve Ertaş, S. (2013). *Burdur ilinde doğa turizmi master planı*, proje koordinatörü: Tamer Yılmaz, proje yöneticisi: Ersan Berberoğlu ve Selman Ertaş, T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, VI. Bölge Müdürlüğü, Antalya Şube Müdürlüğü, Burdur.
- Beyoğlu, A. (2015). Sanat eğitiminde algı, görsel algı ve yanılsama: Victor Vasarely'nin çalışmaları üzerine bir inceleme, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 333-348.
- Bildin, E. (2019). *Bozcaada'daki yerel halkın turizmin etkilerine karşı yaklaşımlarının değerlendirilmesine yönelik bir araştırma*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı. İstanbul.
- Boğan, E. ve Sarıışık, M. (2016). Yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik görüş ve algılamalarının belirlenmesi üzerine Alanya'da bir araştırma, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 325-342.

- Boytak, A., Pelit E., ve Soybalı, H. H. (2017). Alternatif turizm mi turizmde çeşitlilik mi? kavramsal bir değerlendirme, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1-14.
- Bozcu, M. M. (2013). Burdur ilinde Türk mimarisi Selçuklu, beylikler ve Osmanlı eserleri, Burdur Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları: 8, Kültürel Yayınlar Serisi: 2, Burdur.
- Buzlukçu, C. (2020), Yerel halkın kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizmin gelişmesini destekleme tutumu ve yaşam memnuniyeti ilişkisi, [Yayınlanmamış Doktora Tezi], Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Can, A. (2008), Gelişen Burdur, Burdur Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları, Burdur.
- Cemalcılar, D. (1999). Pazarlama, kavramlar, kararlar, Beta Yayınları, İstanbul.
- Ceylan, S. (2014). Mamak (Çanaklı) beldesinde (Ağlasun-Burdur) geleneksel yöntemlerle sürdürülen toprak kap üretiminin kırsal turizm bağlamında irdelenmesi, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 32, 231-242.
- Ceylan, S. ve Bulut, İ. (2019). Salda gölü özel çevre koruma bölgesinde turizm baskısı, koruma ve sürdürülebilirlik, *Türkiye Coğrafya Dergisi*, 79-89.
- Cüceloğlu, D. (1993). İnsan ve davranışı, Remzi Yayınevi, İstanbul.
- Çakmak, Ş. (2020), Yeni bulgular ışığında İncirhan, *Sanat Tarihi Dergisi*, 29(2), 605-633.
- Çelik, S. (2018). Alternatif turizm, *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, 11(56), 193-204.
- Çetin, A., Erdoğan. N., ve Genç. H. (2013). Flora of the Burdur lake surroundings: Türkiye, *Biological Diversity and Conservation Dergisi*, 6(2), 55-76.
- Çıkrık, R., Yılmaz, İ., ve Toprak, L. S. (2018). Türkiye’de turizmin etkileri konusunda yerel halkın bakış açısını ortaya koyan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 1(1), 17-29.
- Dilek, S., E., Çoban, Ö., ve Harman, S. (2017). Hasankeyf halkının turizmin gelişimine yönelik tutumu, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(2), 59-72.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2012). Yerel halkın Isparta turizmine yönelik görüşleri üzerine bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 103-122.
- Doğan, S. ve Yıldız, Z. (2007). Bölgesel kalkınma, turizmin ilişkisi ve göller bölgesi kalkınmasında alternatif turizm potansiyelinin kullanılabilirliğine yönelik bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 147-181.

- Doğaner, S. (2001). Türkiye turizm coğrafyası, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Doğaner, S. (2003). Miras Turizminin coğrafi kaynakları ve korunması, (1-8). *Coğrafya Bölümü Sempozyumları 2 Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu*, (16-18 Nisan 2003), İzmir.
- Dumanlı, Ş., Şalk, S., ve Köröğlu, Ö. (2018). Tatilcilerin çadırılı kamp faaliyetlerine katılım motivasyonlarının belirlenmesi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 10(2), 130-144.
- Ekici, M. (2000). Halk, halk bilimi ve halk bilgisi üzerine bir deneme, *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 12(45), 2-8.
- Er, Ö. ve Bardakoğlu, Ö. (2016). Kültürel mirasın sürdürülebilir turizm ürünü çeşidi olarak değerlendirilmesi: Edirne örneği, *İşletme Fakóltesi Dergisi*, 17(2), 95-111.
- Eralp, Z. (1983). Genel turizm, Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları: 3, Ankara.
- Erdoğan, İ. (1999). İşletme yönetiminde örgütsel davranış, İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadı Enstitüsü Araştırma ve Yardım Vakfı Yayın No: 5, İstanbul.
- Erdoğan, N. (2003). Çevre ve (eko) turizm, Erk Yayın ve Dağıtım, Ankara.
- Erdoğan, N. ve Erdoğan, İ. (2005). Ekoturizm betimlemeleriyle illerin doğası, *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, 20(1), 55-82.
- Eren, E. (2010). Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi, (12. baskı), Beta Yayınları, İstanbul.
- Ergürer, E. (2008). Burdur arkeoloji müzesi'nden bir Kremna heykeli, doğudan yükselen ışık: Arkeoloji yazıları, (433-442), Atatürk Üniversitesi, 50. Yıl Anı Kitabı, İstanbul.
- Erinç, S. (1971). Jeomorfoloji II, (genişletilmiş 2. baskı). İstanbul Üniversitesi Yayınları No: 1628, Coğrafya Enstitüsü, Yayın No: 23, İstanbul.
- Erkılıç, E. (2019). Yerel halkın turizm algısı ve turizmin gelişimine yönelik tutumları: Rize örneği, *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 66-82.
- Ersoy, H. (2017). *Turizmin gelişmesinin yerel halk üzerine sosyo-kültürel etkinlikleri: Manavgat örneği*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Ertaş, Ç. (2019). Şırnak'ta yaşayan yerel halkın turizme dönük metaforik algısı, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 720-733.
- Eser, S. ve Akgündüz, Y. (2021). Yerel halkın turizm algısı ve toplumsal yaşam kalitesi: İğneada örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 347-369.

- Evliyaoğlu, S. (1994). Türkiye turizm coğrafyası ve Türkiye coğrafyası'nın ana hatları, Gazi Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Genç, N. (2007). Yönetim ve organizasyon - çağdaş sistemler ve yaklaşımlar, (5. baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gülbahar, O. (2009). 1990'lardan günümüze Türkiye'de kitle turizminin gelişimi ve alternatif yönelimler, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 151-177.
- Gümüş, N. ve Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizm ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkinliklerine yönelik yerel halkın görüşleri, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 399-417.
- Günel, N. (2013). Türkiye'de iklimin doğal bitki örtüsü üzerindeki etkileri. *Acta Turcica Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 5(1), 1-22.
- Gündüz, S. (2004). *Ankara ili Kalecik ilçesindeki tarımsal turizme uygun alanların saptanması ve tarımsal turizm modelinin oluşturulması üzerine bir araştırma*, [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Güneş, E. ve Alagöz G. (2018). Yerel halkın turizm algısı: Erzincan'da bir araştırma, *İğdir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 409-442.
- Güney, S. (2012). Sosyal psikoloji, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Güngör, S. (2017). *Buca kaynaklar ekoturizm potansiyeli*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Bitirme Tezi]. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Gürdal, M. (2005). Burdur ilinin turizm potansiyelinin tanıtımı ve turizm amaçlı kullanımına yönelik sorunları ve çözüm önerileri (göller yöresinin doğa, tarih ve kültür kenti: Burdur), (550-557), 16-19 Kasım 2005, *I. Burdur Sempozyumu Bildiriler I*, Burdur.
- Gürsoy, D. (2004). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz*, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Güven, D. Z. (2000). *Burdur ilinin sosyo-ekonomik yapısı*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Güzel, Ö. (2011). Türkiye'de iç turizm pazarı analizi ve pazarı canlandırmaya yönelik alternatif turizm olanakları, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 127-144.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2011). Turistik ürün çeşitlendirmesi, (2. baskı), Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Haşıloğlu, S. B. Baran, T. ve Aydın, O. (2015). Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik bir araştırma: kolayda örnekleme ve sıklık ifadeli ölçek maddeleri, *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2(1), 19-28.
- Işık, C. ve Turan B. (2018). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algısı: İzmir ili üzerine bir uygulama, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, Güz, 2(2), 101-133.
- İlban, O. M. ve Kaşlı, M. (2008). Kış turizmi, turistik ürün çeşitlendirmesi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- İnanır, A. Cihan. B. ve İnel. M. (2015). Burdur ilinin yardımcı destinasyon olarak incelenmesi ve destinasyon yönetim örgüt modelinin geliştirilmesi, (331-338), 04-06 Mart 2015, *Teke Yöresi Sempozyumu Kitabı 1*, Burdur.
- İnceoğlu, M. (2010). Tutum, algı, iletişim, Beykent Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- İstanbulu Dinçer, F. ve Muğan Ertuğrul, S. (2000). Kültürel mirasın korunması ve İstanbul ilindeki tarihi yapıların turizm amaçlı kullanımı üzerine bir deneme, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 69-78.
- Kağıtcıbaşı, Ç. ve Özgediz, S. (1983). Türkiye okul öncesi çocuk gelişimi ve eğitimi projesi. Boğaziçi Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Enstitüsü. İstanbul: Tanburacı.
- Kaplan, A. ve Örücü, Ö. K. (2019). Burdur gölü ve çevresinin peyzaj değerleri açısından turizm potansiyelinin belirlenmesi, *Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi*, 4(2), 105-121.
- Karagöz, Y. (2010). Nonparametrik tekniklerin güç ve etkinlikleri, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 18-40.
- Karagöz, Y. (2019). SPSS-AMOS-META uygulamalı istatistiksel analizler, (2. Basım), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Karakaş, A. ve Güngör, Y. (2012). Memurların tatil alışkanlıkları üzerine Ankara'daki TEDAŞ çalışanları üzerinde bir araştırma, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 157-182.
- Karapınar, E. ve Barakazı, M. (2017). Kültürel miras turizminin sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi: Göbeklitepe ören yeri, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 5-18.
- Kaya, L. G. ve Aşıkkutlu, H. S. (2019). Çevre ve Mekansal Gelişim, Burdur İl Gelişim Planı ve Gelişim Stratejileri, editörler: Adem Korkmaz, Onur Sungur, Ali Murat Alparlan, 1. baskı, detay yayıncılık, Ankara, 12-64.
- Kaygısız, A., D., Ongun, U., ve Gövdere, B. (2016). Burdur ili turizm stratejisinin belirlenmesi: Swot-Ahp uygulaması, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 157-185.

- Kervankıran, İ. (2013). Afyonkarahisar ilinin sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi, Kocatepe Akademi Yayınları, Isparta.
- Kervankıran, İ. (2014). Beypazarı/Ankara örneğinde turizmin ekonomik, toplumsal ve çevresel etkilerine yerel halkın yaklaşımı, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (31), 133-153.
- Kervankıran, İ. ve Özdemir, M. A. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği, *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 1-25.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, (2/4), 39-56.
- Kılıçarslan, D. ve Kocabulut, Ö. (2019). *Bir yerin tabaktaki kimliği*, (115-121), (1. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kısa Ovalı, P. (2007). Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırılması, *Megaron, Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 2(2), 64-79.
- Kilinç, O., Aksu, E., Özçelik, A. F., Alpaslan, M. C., Öztürk, Ö., Eroğlu, S. ve Aşkın, S. (2017). *Kültürel mirasın yaşatılması ve turistik ürüne dönüştürülmesi: Ertokuş Han Kervansarayı örneği*, Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı, Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi, Muğla.
- Kilinç, O., Kilinç, U. ve Ongun, U. (2017). Burdur ilinin gastronomik çekicilikleri: Burdur mutfağından örnekler, (87-106), 6. *Ulusal, 2. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Gaziantep.
- Kilinç, U. ve Kilinç, O. (2019). Turizm, Burdur İl Gelişim Planı ve Gelişim Stratejileri, (220-287). Editörler: Korkmaz, A. Sungur, O., Alparslan, A., M. (1. Baskı), detay yayıncılık, Ankara.
- Kiper, T. ve Yılmaz, E. (2008). Şarköy-Kumbağ arasında kırsal kalkınmayı destekleyici turizmin olabilirliği ve yerel halkın rolü, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5(2), 159-168.
- Kiziroğlu, İ., Turan, L., ve Erdoğan, A. (1995). Burdur gölü havzasının entegre koruma ve kullanım planlaması üzerine bir araştırma, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (11). 37-48.
- Koçoğlu, C. M. (2019). Yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumlarının demografik özellikler açısından incelenmesi: Gaziantep örneği, *Gastroia Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(2), 366-380.
- Konda, (28.05.2021). Türkiye’de toplumsal cinsiyet raporu, hayat tarzları 2018 araştırması, https://konda.com.tr/wpcontent/uploads/2019/11/KONDA_ToplumsalCinsiyetRaporu.pdf. (Erişim Tarihi: 28.05.2021).

- Kozak, M. A. Evren, S. ve akır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kozak, N. (2008), *Prof. Dr. Fermani Maviş anı kitabı*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., ve Kozak, M. (2015). Genel turizm, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Köksal, Y. (2014), Yöresel rnlerin ulusal pazarlara aılmasında karşılaşılan pazarlama sorunları vem nerileri; Burdur ceviz ezmesi rneği, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3), 159-171.
- Kurtoğlu, M. (2019). Geçmişten günümüze bir vizyonizmek, *Vakıflar Dergisi*, 321-341.
- Küçükaltan, D. (1997). Trakya ekonomisi için bir bölgesel kalkınma modeli: kırsal turizm. 7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi, 1. Kitap, İzmir 20-22 Ekim, Pro-Ofset Matbaacılık, İzmir,
- Kürkçü, M. (2015). Ariassos ve Kremna'da gözlemlenen su sistemleri ve sarnıçları hakkında bir değerlendirme, *Mediterranean Journal of Humanities*, 1, 301-311.
- Kürkçü, M. (2015). Güney/Güneybatı pısdıda sarnılarına bir rnek: Sıaifte sarnıı, *CEDRUS*, 3, 119-128.
- Mansuroğu, S. (2006). Turizm gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya rneği, *Akdeniz Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 35-46.
- Metin, H. (2014). Kremna antik kenti kuzey yayılımı hakkında ilk gözlemler, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 1-27.
- Metin, H., Becks, A. P., Becks, R. ve Soslu, S. (2015). Kremna veevresi yüzey araştırması 2014, (205-216), 11-15 Mayıs, 37. Uluslararası Kazı, Araştırma ve Arkeometri Sempozyumu, 33. Araştırma Sonuçları Toplantısı, editör: Keskin, C. Cilt: 1, Antalya.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 30-49.
- Morgül, ř. M. (2006). *Trakya bölgesinde kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesine ilişkin analiz: Kırklareli rneği*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Edirne.
- Oğuzbalaban, G. (2019). Karadeniz Ereğli'de yaşayan yerel halkın "turizm" kavramına ilişkin algılarının metaforlar yardımıyla analizi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2566-2581.

- Ongun, U. (2017). Değişen turistik eğilimlere bir cevap: Kırsal turizm ve Türkiye uygulamaları, *Kesit Akademi Dergisi*, 3(9), 131-143.
- Ongun, U. ve Gövdere, B. (2014). Bölgesel kalkınmada kırsal turizmin etkisi: Ağlasun Yeşilbaşköy örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(2), 51-57.
- Ongun, U., Gövdere, B., ve Çiçek, U., (2016). Yeşilova'nın kırsal turizm potansiyelinin swot analizi ile değerlendirilmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 75-88.
- Ongun, U., Gövdere, B., ve Kaygısız, A., (2015). Burdur ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi: Sorunları ve çözüm önerileri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(12), 99-116.
- Ongun, U., Yeşiltaş, M., Sop, S., A., ve Akıncı Ekiztepe, B., (2017). Alternatif bir ekoturizm merkezinin incelenmesi: Lisinia örneği, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 9(16), 49-60.
- Oral, M. (2012). Antalya-Burdur yolunda duraklar ve konaklar, *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 246-257.
- Öner, S. ve Cansu, E. (2019). Yerli turistlerin tatil satın almadan önce tercihlerine etkisi olan faktörlerin belirlenmesi, *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 2(2), 110-129.
- Öter, Z. ve Özdoğan, O. N. (2005). Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Selçuk-Efes örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 127-138.
- Özaltın Türker, G. ve Türker, A. (2014). Yerel halkın turizm etkilerini algılama düzeyi turizm desteğini nasıl etkiler: Dalyan destinasyonu örneği, *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(1), 81-98.
- Özarslan, M. Z. (2014). *Kitleleri harekete geçirme aracı olarak sosyal algı yönetimi*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Bitirme Tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Uluslararası İlişkiler, İstanbul.
- Özçelik, H., Çinbingel, İ., Muca, B., Koca, A., Tavuç, İ. ve Bebekli, Ö. (2014). Burdur ili karasal ve iç su ekosistem çeşitliliği, koruma ve izleme çalışmaları, *SDU Journal of Science(E- Journal),(Fen Dergisi)*, 9(2), 12-43.
- Özdağ, Ü. (2010). İstihbarat teorisi, Ankara: Kripto Kitaplar.
- Özer, M. A. (2011). 21. yüzyılda yönetim ve yöneticiler, (2. Baskı), Ankara: Nobel Yayınları.
- Özkazanç, N. K. (2018). Yaban hayatı gözleme ve izleme çalışmalarında foto kapan kullanım olanakları ve sorunları, *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 20(3), 627-637.

- Özmen, E. (2019). *Burdur piyasasında tüketime sunulan Burdur şiş köftelerin kimyasal ve mikrobiyolojik özelliklerinin araştırılması*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Isparta.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2007). Turistik destinasyon oluşturma potansiyeli açısından göller yöresinin önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 128-137.
- Öztürk, Y. (2020). Yerel halkın bölge turizmine bakış açılarının ve farkındalıklarının belirlenmesi üzerine Çankırı’da bir araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 427-443.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 183-195.
- Özüdoğru, Ş. (2015). Tarihi kültürel değerleriyle Burdur ve turizm potansiyeli, *Ayrıntı Dergisi*, 3(25), 7-13.
- Özüdoğru, Ş. (2018), Genç antik çağda kbyra, *Cetrus*, 6, 13-64.
- Pekyaman, A., Çiftçi, N., ve Sandıkcı, M. (2018). Akademisyenlerin tatil tercihlerini etkileyen faktörler: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 1-18.
- Polat, E. (2017). Genç bireylerin turistik tercihlerinin belirlenmesi üzerine Balıkesir Kent merkezinde bir araştırma, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 234-250.
- Polat, E. (2017). Genç bireylerin turistik tercihlerinin belirlenmesi üzerine Balıkesir kent merkezinde bir araştırma, *International Journal of Cultural and Social Studies*, 3(2), 234-250.
- San, İ. (2010). Sanat eğitimi kuramları, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Sandal, E. K. ve Karademir, N. (2016), Kahramanmaraş’ta halkın turizme bakışı, *Türk Coğrafya Dergisi*, (66), 63-70.
- Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2015), Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Sevindi, C. (2013). Ekoturizm ve kuş gözlemciliği açısından Kuyucuk Gölü kuş cenneti (Arpaçay-Kars), *Türk Coğrafya Dergisi*, (61), 63-76.
- Sezer, B., Küçükaltan, D., ve Çakır, A. (2013). Edirne-Çamlıca Beldesi’nde kırsal turizm ve turizm algısı, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 46-54.

- Solmaz, C. (2014). Yerel halkın bölge turizmine bakış açısının belirlenmesi: Burdur’da bir araştırma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10), 91-105.
- Sop, A. S. (2015). Kuş gözlemciliği ve turizm ilişkisi: Burdur Gölü üzerine bir araştırma, *1. Teke Yöresi Sempozyumu*, 1. Teke Yöresi Bildiriler Kitabı, editör: Kazan Nas, Ş., 1. cilt, Antalya.
- Sop, S. A., Yeşiltaş, M. ve Soslu, S. (2019). Fiziksel çevrenin müze ziyaretçileri üzerine etkisi: Burdur müzesi örneği, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3889-3910.
- Soykan, F. (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: Kırsal turizm, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 67-75.
- Şekercioğlu, Ç. H. (2002), Impacts of birdwatching on human and avian communities, *Environmental Conversation*, 29(3), 282-289.
- Şerefioğlu, C. (2009), *Kalkınmada kırsal turizmin rolü 2007-2013 yılları arasında ülkemizde uygulanacak olan IPARD kırsal kalkınma programındaki yeri, önemi ve beklenen gelişmeler*, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Tanç, A. (2020), Uzundere ilçesinin ekoturizm potansiyelinin swot analizi yöntemi ile belirlenmesi, *Anadolu Strateji Dergisi*, 2(1), 1-18.
- Tarhan, N. (2012), Psikolojik savaş, (17. basım), Timaş Yayınları, İstanbul.
- Tayfun, A. (2002). Turist yerli halk etkileşimi üzerine bir araştırma, *Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 1-12.
- TC Burdur Valiliği. (21.02.2020). Dokumacılık, Burdur’da El Sanatları, <http://www.burdur.gov.tr/el-sanatlari>. (Erişim Tarihi: 21.02.2020).
- Temurçin, K. ve Tozkoparan, U. (2020). Yerli turistlerin Salda Gölü’ne yönelik görüşlerinin değerlendirilmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 97-115.
- Temurçin, K., Tozkoparan, U. ve Atayeter, Y. (2019). Salda Gölü ve Çevresinin Turizm Potansiyeli ve Yeşilova ilçesi’nin sosyo-ekonomik yapısına etkisi, *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(47), 40-63.
- Tevrüz, S., Erdem, İ., ve Bozkurt, T. (1999), Davranışlarımızdan seçmeler (örgütsel yaklaşım), (1. baskı). İstanbul: Beta Basım Dağıtım.
- Toprak, L. (2015), Mardin’de halkın turizm algısı, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 201-218.
- Tunç, A. ve Atılgan, A. (2017). Algı üzerine kurulu yönetsel bir anlayış: Algı’nın yönetimi, *International Journal of Disciplines In Economics and Administrative Sciences Studies (IDEA studies)*, 3(3) 229-238.

- Turizm Aktüel. (30.03.2021). Tatilde, kadınlar ve erkekler neler ister, <https://www.turizmaktuel.com/haber/tatilde-kadinlar-ve-erkekler-neler-ister>. (Erişim Tarihi: 30.03.2021).
- TÜİK. (29.03.2021). Burdur Toplam Nüfusu, <https://cip.tuik.gov.tr/#>, (Erişim Tarihi: 29.03.2021).
- Tür, E. (2018). Türkiye ve İsviçre'nin kış turizmi faaliyetleri açısından değerlendirilmesine yönelik bir çalışma, *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 10-31.
- Türkdüzen, M., Ünan, S. ve Ünan, M. (2015), *Kureyşler Barajı Kurtarma Kazıları*, Bilgin Kültür Sanat Yayıncılık, Ankara.
- Türkmen, F. ve Dönmez, Y. (2015). Korunan alanların turizme açılmasına ilişkin yerel halkın görüşleri: Yenice örneği, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 189-204.
- Uğurlu, Ö. (2008). Halkla ilişkilere “algı” çerçevesinden bakış, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (32), 145-165.
- Uluer Saygın, C. ve İlban, M. O. (2019). Kırsal alanlarda kadınların uyguladıkları geleneksel gıda muhafaza yöntemleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2942-2961.
- Uysal, K. (2018). *Kültürel mirasın turizm amaçlı kullanılmasında yerel halkın algı ve tutumlarının belirlenmesi: İznik örneği*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Uzun, A., Tabur, M., A., ve Ayvaz, Y. (2001). Gölhisar gölü (Burdur) kuşlarının biyoeolojisi, *S.D.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 191-204.
- Üzümcü, N. (2016). Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin gelir düzeyi kümelerinin yıllara göre değişimi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17(1), (27-37).
- Yanar, A. ve Özkan Tağı, S. (2014). Burdur iline ait coğrafi işaretlerin belirlenmesi ve özgün turistik hediyelik eşya tasarım önerileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, Teke Yöresi Kültürel Değerleri Özel Sayısı, 29-30,
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2008). 1. bölgesel kalkınma çerçevesinde alternatif turizm faaliyetlerine yönelik bir değerlendirme: Sivas örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(1), 1-18.
- Yıldırım, S., Akman, B. ve Alabay, E. (2012). Okul öncesi dönem çocuklarına sunulan montesorri ve mandala eğitiminin görsel algılama davranışlarına etkisinin incelenmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (32), 92-103.

Yılmaz, İ. (2017). İl il Türkiye’de turizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri (içerik analizine dayalı bibliyometrik bir yaklaşım). Detay Yayıncılık, Ankara.

Zenger, Y., Albayrak, M. ve Ekinci, H. A. (2018). Burdur, Bucak 2017 yılı İnarası mağarası kurtarma kazısı, (295-308), (editör: Özme, A.) 09-11 Nisan 2018, 27. *Müze Kurtarma Kazıları Sempozyumu*, Antalya.





EKLER

EK-1. ARAŞTIRMADA KULLANILAN ANKET

BURDUR YEREL HALKININ TURİZM HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİNİ BELİRLEME ANKETİ

“ Değerli Katılımcı, bu anket çalışmasının sonuçları MEHMET AKİF ERSOY Üniversitesi
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ bölümünde çalışmakta olan bilimsel bir araştırmada (yüksek lisans
tezi) kullanılacaktır. Çalışmaya yaptığınız katkıdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz. “

ANKET YERİ: _____ **Anket No:** _____.

1. **Cinsiyet:** ☐ Erkek ☐ Kadın
2. **Yaş:** ☐ 18’den küçük ☐ 18 – 30 ☐ 31 – 40 ☐ 41 – 50 ☐ 51 – 60 ☐ 60 üzeri
3. **Öğrenim düzeyi:**
☐ İlkokul
☐ Ortaokul
☐ Lise
☐ Üniversite
☐ Lisansüstü
4. **Medeni durum:** ☐ Evli ☐ Bekâr ☐ Diğer
5. **Meslek :**
☐ İşçi ☐ Tüccar ☐ Memur
☐ Serbest Meslek ☐ Emekli ☐ Diğer
- ☐ Ev Hanımı ☐ Öğrenci
6. **Aylık gelir (TL) :**
☐ 1000 TL altı ☐ 1001–2000 ☐ 2001 – 4000 ☐ 4001 TL üstü ☐ Gelirim yok
7. **Ailenizin geliri değerlendirme şekli nedir?**
☐ Gayrimenkul alma
☐ Toprak alma
☐ Yapılan işi büyütme
☐ Döviz-Banka-Altın
☐ Diğer (belirtiniz)
8. **Herhangi bir yabancı dil biliyor musunuz?**
☐ Evet ☐ Hayır
Evet ise hangi dil (ler) i konuşuyorsunuz?:.....
9. **Size göre turizm ne demektir?**
☐ Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet
☐ Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet
☐ İnsanları kaynaştıran bir faaliyet
☐ Çevreyi güzelleştiren bir faaliyet
☐ Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet
☐ Toplumun ahlakını bozan bir faaliyet
☐ Diğer sektörleri gerileyen bir faaliyet

- ☐ Çevreyi kirleten bir faaliyet
- ☐ Diğer (belirtiniz)

10. Tatile gider misiniz?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

11. Yıllık tatilinizin büyük kısmında nereye gidersiniz?

- ☐ Burdur ve yakın çevresi
- ☐ Ege Bölgesi
- ☐ Akdeniz Bölgesi
- ☐ Diğer Bölgeler
- ☐ Yurtdışı

12. Burdur'un mevcut turizm imkanlarını nasıl buluyorsunuz?

- ☐ Turizm imkanlarını çekici bulmuyorum
- ☐ Yeterli buluyorum
- ☐ Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite arttırılmalı
- ☐ Tarihi ve kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalıdır
- ☐ Diğer (belirtiniz)

13. Size göre Burdur'un turizm yönünden en önemli özelliği nedir? (1 Tane)

- ☐ Alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikler
- ☐ Tarihsel-kültürel kaynaklar yönünden zenginlik
- ☐ Sakin ve güvenli bir ortam
- ☐ Yolların kesiştiği yerde bulunması (erişilebilirliği)
- ☐ Diğer (belirtiniz)

14. Size göre Burdur ili turizminin en zayıf yönleri (handikapları) nelerdir? (En önemli ilk üçü)

- ☐ Turizm gelişimi için alt yapı ve üst yapının yeterli olmayışı
- ☐ Turizm yatırımlarının yeterli olmayışı
- ☐ Turizm çeşitlendirmesinin az olması
- ☐ Burdur halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması
- ☐ Yöredeki kamu kurumlarının, yerel yönetimlerin ve özel sektörün turizmin gelişimi için yeterli ve istekli olmayışı
- ☐ Doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının turistik ürüne çevrilememiş olması
- ☐ Tanıtımının ve reklamının yeterli olmaması
- ☐ Ulaşım imkanları (havayolu gibi) bakımından yeterli olmayışı
- ☐ Doğal, tarihsel ve kültürel yapıların korunamamış olması
- ☐ Turistik hizmet kalitesinin yeterli olmayışı
- ☐ Diğer (belirtiniz)

15. Size göre Burdur turizminin en önemli rekabet avantajları nelerdir? (En önemli ilk üçü)

- ☐ Ulaşımın (erişebilirliğin) kolay olması
- ☐ Sakin ve güvenli bir ortam
- ☐ Tarihi ve kültürel yapıların korunmuş olması
- ☐ Doğal güzelliklerin ilgi çekici olması
- ☐ Yakın çevrede başka turistik yer olmaması

- ☐ Tatil imkanlarının ucuz olması
- ☐ Diğerleri

16. Size göre Burdur turizminin gelişmesi hangi ekonomik etkilere yol açar? (En önemli ilk üçü)

- ☐ Gelirimiz artar
- ☐ Kişilere yeni iş kaynakları doğar
- ☐ Diğer sektörler gelişir
- ☐ Eski meslekler canlanır
- ☐ Yerel ürünler değer kazanır
- ☐ Şehrimiz kalkınır
- ☐ Dış yatırımcılar şehre canlılık getirir
- ☐ Yerel ve küçük esnaf sıkıntıya düşer
- ☐ Fiyatlar artar
- ☐ Ticaret ahlakı bozulur
- ☐ Diğer sektörler geriler
- ☐ Diğer (Belirtiniz).....

17. Size göre Burdur'da turizmin gelişmesi hangi çevresel etkilere yol açar? (En önemli ilk üçü)

- ☐ Doğal çekicilikler koruma altına alınır
- ☐ Tarihi ve kültürel yapılar koruma altına alınır
- ☐ Doğal ortam korunarak gelecek nesillere ulaşmasını sağlar
- ☐ Yolların kalitesi iyileşir
- ☐ Kentsel hizmetler iyileşir
- ☐ Çevre düzenlemeleri artar
- ☐ Halkın yerel doğal/kültürel kaynaklara ilişkin farkındalığı yükselir
- ☐ Çöp ve çevre temizliği sorunları artar
- ☐ Doğal, tarihi ve kültürel güzellikler tahrip edilir
- ☐ Turizme konu olan alanlar plansız, gelişmiş güzel büyür
- ☐ Kalabalık ve gürültü artar
- ☐ Tarihi yapılar bozulur
- ☐ Diğer (Belirtiniz).....

18. Size göre Burdur turizminin gelişmesi hangi sosyo-kültürel etkilere yol açar? (En önemli ilk üçü)

- ☐ İlin nüfusu artar
- ☐ Doğal, tarihi, kültürel kaynakları koruma bilinci gelişir
- ☐ Halkın yaşam standardı yükselir
- ☐ Kültürel etkinlikler artar
- ☐ İlin doğal ve kültürel değerlerinin tanınması artar
- ☐ Halkın davranış şekli ve yaşam biçimi değişir
- ☐ Halkın turizm anlayışında değişmeye neden olur
- ☐ Toplumsal değerler olumsuz yönde değişir
- ☐ Gelenekler kaybolmaya başlar
- ☐ Afyonkarahisar kimliği kaybolmaya başlar
- ☐ Diğer (Belirtiniz)

19. Burdur’a gelen turistlerle nasıl iletişim kuruyorsunuz?

- ☐ İletişim kurmuyorum
- ☐ Tesadüfî diyaloglar (adres sorma vb.)
- ☐ Ayaküstü sohbet etme
- ☐ Misafir olarak ağırlama
- ☐ İş bağlantısı
- ☐ Diğer (belirtiniz)

20. Size göre Burdur’un turist profilini kimler oluşturmaktadır ?

- ☐ Burdur halkı
- ☐ Şehir dışından gelen turist
- ☐ Yabancı turistler
- ☐ Fark etmez / Karışık
- ☐ Diğer (belirtiniz)

21. Size göre Burdur’da turizmin daha fazla gelişmesi için neler yapılmalıdır? (En önemli ilk üçü)

- ☐ Daha fazla gelişmemelidir
- ☐ Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı
- ☐ Konaklama tesisleri çoğaltılmalı
- ☐ Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli
- ☐ Fiyatlar ucuzlatılmalı
- ☐ Yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı
- ☐ Yenileme ve restorasyona önem verilmelidir.
- ☐ Kültür turizmi, kongre turizm gibi yeni turizm türleri oluşturulmalı
- ☐ Turizm mevsimini bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirmeli
- ☐ Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı
- ☐ Ulaşım olanakları geliştirilmelidir.
- ☐ Daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmalıdır
- ☐ Diğer (Belirtiniz)

Ekleme istediğiniz başka bir şey var mı?

.....

.....

EK-2. Kİ KARE TESTİ TABLO DEĞERLERİ

Ek - Tablo 1. Tablo 23'ün Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,712^a	6	,137
Likelihood Ratio	9,875	6	,130
Linear-by-Linear Association	2,913	1	,088
N of Valid Cases	450		

a. 6 cells (42,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,39.

Ek - Tablo 2. Tablo 24'ün Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48,514^a	30	,018
Likelihood Ratio	45,435	30	,035
Linear-by-Linear Association	,693	1	,405
N of Valid Cases	450		

a. 27 cells (64,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,01.

Ek - Tablo 3. Tablo 25'in Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,659^a	24	,136
Likelihood Ratio	32,167	24	,123
Linear-by-Linear Association	,251	1	,616
N of Valid Cases	450		

a. 22 cells (62,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,04.

Ek - Tablo 4. Tablo 26'nın Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,214^a	24	,394
Likelihood Ratio	23,245	24	,505
Linear-by-Linear Association	1,118	1	,290
N of Valid Cases	450		

a. 21 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,08.

Ek - Tablo 5. Tablo 27'nin Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,994^a	1	,003		
Continuity Correction ^b	8,346	1	,004		
Likelihood Ratio	9,298	1	,002		
Fisher's Exact Test				,003	,002
Linear-by-Linear Association	8,974	1	,003		
N of Valid Cases	450				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 45,63.

b. Computed only for a 2x2 table

Ek - Tablo 6. Tablo 28'in Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,549^a	5	,256
Likelihood Ratio	6,294	5	,279
Linear-by-Linear Association	1,867	1	,172
N of Valid Cases	450		

a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,57.

Ek - Tablo 7. Tablo 29'un Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	52,786^a	4	,000
Likelihood Ratio	57,019	4	,000
Linear-by-Linear Association	34,631	1	,000
N of Valid Cases	450		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,24.

Ek - Tablo 8. Tablo 30'un Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,220^a	4	,000
Likelihood Ratio	35,265	4	,000
Linear-by-Linear Association	2,810	1	,094
N of Valid Cases	450		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,92.

Ek - Tablo 9. Tablo 31'in Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,961^a	4	,002
Likelihood Ratio	17,341	4	,002
Linear-by-Linear Association	7,597	1	,006
N of Valid Cases	450		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,55.

Ek - Tablo 10. Tablo 32'nin Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,662^a	20	,955
Likelihood Ratio	10,795	20	,951
Linear-by-Linear Association	1,035	1	,309
N of Valid Cases	450		

14 cells (46,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,05.

Ek - Tablo 11. Tablo 33'ün Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44,599^a	16	,000
Likelihood Ratio	48,802	16	,000
Linear-by-Linear Association	2,018	1	,155
N of Valid Cases	450		

a. 9 cells (36,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,18.

Ek - Tablo 12. Tablo 34'ün Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	37,308^a	16	,002
Likelihood Ratio	28,793	16	,025
Linear-by-Linear Association	,816	1	,366
N of Valid Cases	450		

a. 7 cells (28,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,30.

Ek - Tablo 13. Tablo 35'in Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,945^a	4	,000
Likelihood Ratio	27,209	4	,000
Linear-by-Linear Association	,908	1	,341
N of Valid Cases	450		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,16.

Ek - Tablo 14. Tablo 36'ün Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	32,961^a	20	,034
Likelihood Ratio	32,919	20	,034
Linear-by-Linear Association	16,897	1	,000
N of Valid Cases	450		

a. 14 cells (46,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,04.

Ek - Tablo 15. 1. Tablo 37'nin Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests		
Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
28,569^a	16	,027
30,279	16	,017
,437	1	,509
450		

a. 8 cells (32,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,13.

Ek - Tablo 16. Tablo 38'in Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29,636^a	16	,020
Likelihood Ratio	29,020	16	,024
Linear-by-Linear Association	,699	1	,403
N of Valid Cases	450		

a. 5 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,23.

Ek - Tablo 17. Tablo 59'un Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. (Sig.). (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,463^a	5	,629
Likelihood Ratio	3,449	5	,631
Linear-by-Linear Association	1,055	1	,304
N of Valid Cases	450		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,25.

Ek - Tablo 18. 1. Tablo 60'nin Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. (Sig.). (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,678^a	25	,031
Likelihood Ratio	38,998	25	,037
Linear-by-Linear Association	13,381	1	,000
N of Valid Cases	450		

a. 19 cells (52,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is, 15.

Ek - Tablo 19. Tablo 61'in Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. (Sig.). (2-sided)
Pearson Chi-Square	48,549^a	20	,000
Likelihood Ratio	39,849	20	,005
Linear-by-Linear Association	,509	1	,476
N of Valid Cases	450		

a. 14 cells (46,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is, 49.

Ek - Tablo 20. Tablo 62'nin Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. (Sig.). (2-sided)
Pearson Chi-Square	32,324^a	20	,040
Likelihood Ratio	34,436	20	,023
Linear-by-Linear Association	,218	1	,641
N of Valid Cases	450		

a. 14 cells (46,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is, 83.

Ek - Tablo 21. Tablo 63'ün Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. (Sig.). (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,091^a	4	,394
Likelihood Ratio	4,025	4	,403
Linear-by-Linear Association	3,012	1	,083
N of Valid Cases	450		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,77.

Ek - Tablo 22. Tablo 64'ün Ki Kare Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. (Sig.). (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,971^a	20	,020
Likelihood Ratio	36,193	20	,015
Linear-by-Linear Association	6,559	1	,010
N of Valid Cases	450		

a. 13 cells (43,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,03.

Ek - Tablo 23. Tablo 65'in Ki Kare Testi Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. (Sig.). (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,822^a	16	,612
Likelihood Ratio	17,183	16	,374
Linear-by-Linear Association	1,654	1	,198
N of Valid Cases	450		

a. 12 cells (48,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,09.

Ek - Tablo 24. Tablo 66'nın Ki Kare Testi Değerleri

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. (Sig.). (2-sided)
Pearson Chi-Square	36,919^a	16	,002
Likelihood Ratio	33,792	16	,006
Linear-by-Linear Association	4,969	1	,026
N of Valid Cases	450		

a. 8 cells (32,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,15.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler :

Adı ve Soyadı : Fatih ÖZDAŞLI

Medeni Hali : Bekar

Eğitim Durumu :

Lise : Beyşehir Lisesi

Lisans Öğrenimi : Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi

Yüksek Lisans Öğrenimi :

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi :

İş Deneyimi :

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar :

İletişim :