

ÇANAKKALE YÖRESİNİN HÜZÜN (DARK) TURİZMİ POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ YOLUYLA İNCELENMESİ

Selin İLSAY

Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Murat DOĞDUBAY

Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ÖZET

Turistik ürün çeşitlendirmesi destinasyonlarda yeni turizm potansiyelleri oluşturmak amacıyla yapılan stratejik yaklaşımların başında gelmektedir. Mevcut turistik destinasyonlarla rekabet edebilmek maksadıyla yapılan çeşitlendirme sonucunda ortaya çıkan türlerden birisi de Hüzün Turizmidir. Bu çalışmada büyük bir Hüzün Turizmi potansiyeli taşıyan Çanakkale destinasyonu SWOT Analizi yardımıyla incelenmiş ve çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çanakkale, Hüzün Turizmi, SWOT Analizi

GİRİŞ

Bilindiği üzere; turizmde yaşanan gelişmeler sonucunda 20. yy'ın ikinci yarısından itibaren kitlesel turizme dönüş başlamıştır. Bu dönüşüm, ekonomik yönden fayda sağlamasının yanı sıra aşırı kalabalıklaşma, fiziksel yapı tahribatı, çevre tahribatı, gürültü, tatmin düzeyindeki azalmalar gibi çeşitli olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir.

Bunun yanında; turizmin gelişmesi ve seyahat tercihlerinin değişmesi ile birlikte kitlesel hareketler yerini özel ilgiye dayalı hareketliliğe de bırakmaya başlamıştır (Kaya, 2006; Çeken, Kılıç ve Kurnaz, 2013). İnsanlar, boş zamanlarını güneş altında geçirmek yerine ulaşım sektöründeki hız ve konfor gelişiminin de etkisiyle tatillerini birkaç parçaya bölme yoluna gitmişler ve ilgi alanlarına uygun tatile çıkmaya başlamışlardır (Kılıç ve Kurnaz, 2010, s.40). Deniz-güneş-kum üçgeni etrafında gelişen ilgilerin ötesinde farklı ve özel olan ilgilerini tatmin etme yönünde oluşan eğilimler Özel İlgi Turizmi kavramını ortaya çıkarmıştır.

Özel İlgi Turizmi; belirli alanlarda oluşan ilgilerini tatmin etmek isteyen bireylerin, ilgilerini karşılamak üzere belirli bir bölge veya çekim yerlerine yaptıkları seyahatler ve bu seyahatlerin biçimi şeklinde tanımlanmaktadır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s.10).

Özel ilgi kapsamında yer alan kişilerin seyahat karar ve tercihlerinin arkasında, kesin olarak belirlenmiş ilgiler yer almaktadır. Bu sebeple katılımcılar kararlarını verirken belli bir hedefin çekiciliğinde değil, özel ilgilerini en iyi karşılayabilecekleri yer üzerinde durmaktadırlar. Eğer bir bölge onların özel ilgileri için uygun değilse, o bölge seçeneklerden elenmektedir. Katılımcının karar vermede kendisine yönelttiği soru “İlgilendiğim faaliyetleri/konuları nerede bulabilirim?” şeklinde olmaktadır (Kaya, 2006, s.46).

Özel İlgi Turizmi kapsamına; tarım, arkeoloji, mimari tarz, sanat, kuş gözlemciliği, iş endüstrisi, kaleler ve saraylar, festival, balık avlama, avcılık, çiçek düzenleme, botanik, kıymetli taş ve madenler, müzik, golf, tarih, edebiyat, doğa, opera, fotoğrafçılık, mesleki ilgiler, fiziksel araştırma, safariler, kayak yapma, dalgıçlık, sosyal araştırmalar, spor, öğrenim, tiyatro, şarap tatma faaliyetlerini gerçekleştirmeye yönelik özel ilgi seyahatleri girmektedir (Avcıkurt 2015, s.188). Ayrıca son yıllarda popüler hale gelen savaş alanları, hapishaneler, soykırım alanları, doğal felaketlerin yaşandığı bölgeler gibi turistlerde acı, keder ve ölüm duygularını yaşatan destinasyonlara yapılan ziyaretlerin de Özel İlgi Turizmine dâhil edilmesi mümkündür (Çeken vd., 2013, s.59). Lennon ve Foley (2000) bu turizm çeşidini “Dark Turizm” olarak adlandırmışlardır (Kılıç ve Akyurt, 2011, s.211). Kavram, literatürde Keder Turizmi, Hüzün Turizmi, Askeri Turizm, Ölüm Turizmi ve Savaş Alanları Turizmi olarak geçmektedir.

Hüzün Turizmi Kavramının Analizi

Hüzün Turizmi (*Dark Tourism*); yakın veya uzak geçmişte meydana gelen ölüm ve üzüntünün turizm maksadıyla tüketilmesi anlamı taşımaktadır (Aliağaoğlu, 2004, s. 54). Seaton (1999)’a göre Hüzün Turizmi’nde (*thanatourism*) asıl olan, turistlerin gerçek veya sembolik olarak ölümle karşılaşmaları ve bu açıdan kendilerini olaya motive etmeleridir (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007, s. 217).

Savaş ve keder alanlarının turizm açısından önemi, onların kötü ününe, ölümlerin acımasızca gerçekleştirilmesine, tarihi rejimin adaletsizliğine veya bu rejimden etkilenenlerin üzüntüsü ile sempatanlarının olup olmamasına bağlı olarak artış göstermektedir. Bunlara, aynı alanların, ülkelerin varoluşundaki önemleri, bu alanlarda hayatını kaybedenlerin sayısı ve kahramanlıkları da eklenmelidir (Aliağaoğlu, 2004, s. 54).

Savaş, uzun vadeli sonuçları olan, toplum üzerinde derin etkiler bırakan ve insanlık tarihi kadar eski olan bir sorundur. Savaşlar nedenleri ne olursa olsun da-ima bireylerin hafızalarını ve faaliyetlerini etkilemektedir. Bu olayların bazıları zaferle sonuçlanırken bazılarında da üzücü sonuçlarla karşılaşmaktadır (Kılıç,

Kurnaz ve Sop, 2011, s. 364). Savaş alanları milletler için çok önemli coğrafi mekanlar olduğu için günümüzde milyonlarca insan savaş alanlarını ziyaret etmektedirler (Atay ve Yeşildağ, 2010, s. 65).

Seaton (1999) hüzün turizmi tipolojisini 5 grupta ele almaktadır (Aliağaoğlu, 2004, s. 54; Atay ve Yeşildağ, 2010, s. 67):

- Birinci grupta; ölüm anını (veya çok yakın bir zamanı) seyretmek için yapılan seyahatler yer almaktadır. Roma zamanında gladyatörlerin ölüm kavgalarını veya suçluların halk huzurunda asılmasını seyretmek bu gruba örnek olarak verilebilir.

- İkinci grupta; oluş zamanından sonra, kitlesel veya bireysel ölüm alanlarına seyahatler yer almaktadır. Bu grup seyahatler en yaygın olanlarıdır ve çeşitli şekillerde ortaya çıkmakta ve farklı şekilde adlandırılmaktadır. Buna göre; vahşet alanlarına seyahat (Holokost Toplama Kampları), felâket alanlarına seyahat (Pompei), ünlü kişilerin ölüm alanlarına seyahat (Dallas'ta Kennedy'nin suikast alanı, Graceland'da Elvis Presley'in öldüğü yer) ve savaş alanlarına seyahat (Waterloo, Amerikan İç Savaşları ve I. ve II. Dünya Savaşları) gibi farklı seyahat türleri mevcuttur.

- Üçüncü grupta mezarlık, türbe ve savaş anıtları gibi savaşta ölenlerin toprağa defnedildiği yerler ve anıtlar yer almaktadır. Özel ölümlerin veya ölümlerin, ölüm olayının yaşandığı yerden uzak olan alanlarda sembolik kalıntılarını veya maddi kanıtlarını (ölülerin silahları veya kanlı giysi kalıntıları) görmek amacıyla yapılan seyahatler bu gruba girmektedir. Örneğin; Battista rejimine karşı koyan devrim kahramanlarının kanlı giysileri Küba Devrim Müzesi'nde sergilenmektedir.

- Dördüncü grupta, ölümün de sembolleştirildiği, olayların gerçekleştiği yerler dışında kurulmuş olan savaş materyallerinin sergilendiği yerler yer almaktadır. Özellikle asker uniformalarının, eşyalarının ve elbiselerinin sergilendiği müzeler bu gruba girmektedir. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı içerisinde yer alan Kabatepe Tanıtım Merkezi ve Müzesi bu gruba örnektir.

- Beşinci grupta ise; savaşta kaybedilenlerin anıldığı organizasyon ve törenler yer almaktadır. Gelibolu Yarımadası'nda düzenlenen 18 Mart Törenleri ve 25 Nisan Şafak Ayını ile Sarıkamış'ta düzenlenen anma törenleri bu tip törenlere en güzel örneklerdir.

Tunbridge ve Ashworth (1996)'a göre ölüm ve şiddet içeren unsurların turistik ürün olabilmeleri için beş etkenin olması gerekmektedir. Bunlar (Kaya, 2006, s.49);

1. Gerçekleşen olayın alışılmadık ve büyük/ilginç olması,
2. Kurbanların masum ve yoruma açık olması,

3. Suçuların/faillerin açık bir şekilde tanımlanabilir ve kurbanlardan ayırt edilebilir olması,
4. Olayın kalıntılarının günümüze kadar gelmiş olması
5. Gerçekleşen olayın da görülebilir olmasıdır.

Seaton'un hüzün turizmi çekicilikleri dikkate alındığında farklı hüzün turizmi çeşitlerinin de ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlar "Anında Ölüm Turizmi", "Sonradan Ölüm Turizmi", "Dini-Simgesel Ölüm Turizmi" dir. Ayrıca "Sonradan Ölüm Turizmi'ni" de alt gruplara ayırmak mümkündür. Bunlar ise "Vahşet Alanları Turizmi", "Felâket Alanları Turizmi", "Savaş Alanları Turizmi" ve "Suikast ve Esrarengiz Ölüm Alanları Turizmi" şeklinde sıralanabilmektedir (Aliğaoğlu, 2004, s. 55).

Çanakkale Yöresinin Hüzün Turizmi Potansiyelinin İncelenmesi

Türkiye, jeopolitik konumundan dolayı savaş alanları turizmi için önemli çekiciliklere sahiptir. Ülkemiz çeşitli nedenlerle, sıcak denizlere inmek, önemli petrol sahalarına sahip olmak ve doğuya en kestirme yoldan ulaşmak gibi nedenlerle zaman zaman savaşa maruz kalmıştır. Bu savaşlardan biri de Çanakkale Savaşları'dır.1915'de başlayan Çanakkale Savaşları, kara ve deniz savaşları olarak iki dönemde gerçekleşmiş ve aynı yılın sonuna kadar devam etmiştir. Seddülbahir, Arıburnu ve Anafartalar başlıca kara savaşlarıdır (Aliğaoğlu, 2004, s. 55).

Çanakkale Savaşları denilince akla Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı gelmektedir. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, Marmara bölgesinin batısında, Çanakkale Boğazi'nin Avrupa yakası boyunca uzanan Gelibolu Yarımadasının güney ucunda yer almaktadır. Milli Park, Saros Körfezi'ndeki Ece Limanı ile Çanakkale Boğazındaki Akbaş iskelesini birleştiren hattın güneyinde kalan yaklaşık 33.000 hektarlık bir alanı kapsamaktadır. Eceabat ilçe merkezi ve bu ilçeye bağlı 12 köyden 8'i (Büyük Anafarta, Küçük Anafarta, Bigalı, Kocadere, Behramlı, Alçitepe, Seddülbahir ve Kilitbahir köyleri) Milli Park içinde yer almaktadır (Kaya, 2006, s.61).

2 Kasım 1973 günü Orman Bakanlığı'nın onayı ile milli park olarak ayrılıp ilan edilen Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nın temel değerleri; 1915 Çanakkale deniz ve kara savaşlarının gerçekleştiği alanların tarihi ve kültürel değerleri ile zengin bitki örtüsünden oluşmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı Milli Park, hem ulusal hem de uluslararası ilgi odağı olmaktadır (Kaya, 2006, s.64-65).

Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nın asıl kuruluş amacı kuşkusuz turizm değildir. Ancak bu alan dünyada eşine ender rastlanan savaş alanları turizmine örnek olabilecek tipik çekiciliklere sahiptir. Bunlar; batık gemiler, toplar, kaleler, siperler, burçlar ve savaşla ilgili yüzlerce kalıntı, şehitlikler, mezarlıklar ve anıtlardır. Milli

Park dar alanda 500 bin askerin fiilen savaşa katıldığı nadir alanlardan biridir. Çok şiddetli geçen savaşlarda resmi rakamlara göre İngiliz Milletler Topluluğu 36 bin ölü, Türkler ise 55.127 şehit vermiştir. Yarımada bulunan 31 savaş mezarlığında 22 bin mezar vardır. Ancak bunların 9 bin kadarı tanımlanabilmiştir. Geriye kalan 13 bin kişi ise teşhis edilemeyen mezarlıklarda yatmakta ve kalıntıları dahi bulunamamış olan 14 bin kişi ile birlikte yarımada'nın uç burnundaki İngiliz, Avustralya ve Hintli anıt mezarlarında adları tek tek yazılarak anılmaktadır (Aliğaoğlu, 2004, s. 55-56). Bu bakımdan Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, birçok özelliği ile ölüm olgusunu barındırmaktadır (Kaya, 2006, s.65).

Swot Analizi Kavramı

İlk olarak 70'li yıllarda iş yönetimi (business management) amacıyla kullanılmaya başlanan SWOT Analizi, ileriki yıllarda farklı uygulama alanları için de bir analiz ve planlama aracı olarak ele alınmaya başlamıştır (Uçar ve Doğru, 2005, s. 2).

Hill, Westbrook (1997) ve Antony (2012)'nin tanımlarına göre SWOT Analizi karar ortamını iç ve dış faktörleri göz önünde bulundurarak analiz edebilen ve yaygın olarak kullanılan bir karar analizi yöntemidir (Demirtaş, 2013, s.208). Stacey (2007)'ye göre; bir firmanın, sektörün, yatırımın, ülkenin veya coğrafi bölgenin kendi özelliklerinden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilerek, kontrol edilebilen veya edilemeyen çevre faktörlerinden kaynaklanan geleceğe yönelik fırsat ve tehditlerin saptanmasını amaçlayan bir analiz yöntemidir (Karadeniz, Kandir ve Önal, 2007, s.197).

SWOT (GZFT) Analizi'nde; iç ve dış etkenleri dikkate alarak, var olan güçlü yönler ve fırsatlardan en üst düzeyde yararlanacak, tehditlerin ve zayıf yönlerin etkisini en azindirecek plan ve stratejiler geliştirmek amaçlanmaktadır (İstanbul Çevre Planı Raporu).

SWOT kelimesinin açılımı İngilizce olarak (Uğur, Yıldırım, Dinç ve Kızıltepe, 2012, s. 51);

S- Strengths (olumlu ve güçlü olan özelliklerin belirlenmesi)

W-Weaknesses (olumsuz veya zayıf olan özelliklerin belirlenmesi)

O-Opportunities (içte ve dışta sahip olunan fırsatları belirtilmesi)

T-Threats (çevredeki olası tehlike, risk ve piyasa tehditlerinin belirtmesi) yaklaşımlarını ifade etmektedir.

SWOT Analizi'nin elemanlarından olan *güçlü yönler*; organizasyonları/destinasyonları diğerlerinden ayıran, endüstride nispi avantaj sağlayan özelliklerdir. *Za-*

yıf yönler; organizasyonların/destinasyonların rakiplerine göre daha az verimli olduğu yönleri ve faaliyetleri vurgulamaktadır. *Fırsatlar*; çevrenin organizasyonlara/destinasyonlara sunduğu ve amaçlarını başarıyla gerçekleştirebilmesi için gerekli elverişli herhangi bir durumu; *tehditler* ise organizasyonların/destinasyonların amaçlarını gerçekleştirmesini zorlaştıran veya imkânsız hale getiren durumları ifade etmektedir. Bu analizin en önemli yönü, organizasyonun hem iç, hem de dış durum değerlendirmesine imkân tanmasıdır. Organizasyonel başarı için organizasyon yapısının, çalışanların durumunun, çevre ve çalışma ortamının, teknoloji yapısının, müşteri profilinin, organizasyon kültürünün, performans göstergelerinin, bilgi yönetim sisteminin vb. tüm unsurların dikkate alınması gerekmektedir. SWOT Analizi, sistem anlayışı bakış açısıyla, işletmenin belirtilen bu yönlerini bütünsel bir değerlendirmeye imkân tanımaktadır (Demirtaş, 2013, s.211).

YÖNTEM

Bu çalışmada, Çanakkale destinasyonunun Hüzün Turizmi potansiyeli değerlendirilmektedir. Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden döküman inceleme yöntemi kullanılarak, ikincil veri ve bilgi kaynakları incelenmiştir. Bunun sonucunda da SWOT Analizi Tekniği kullanılarak destinasyonun Hüzün Turizmi potansiyeli incelenmiştir.

Tablo.1. Çanakkale Yöresinin Hüzün Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi İle İncelenmesi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER	FIRSATLAR	TEHDİTLER
Çanakkale destinasyonuna deniz ve kara yoluyla ulaşımın kolay olması.	Anma törenlerine ilişkin yaşanan organizasyonel eksiklikler	18 Mart Törenleri'nin ve 25 Nisan Şafak Ayini törenlerinin her yıl ve düzenli olarak yapılıyor olması	Sosyal ve fiziki taşıma kapasitesinin zorlanması
Sivil Toplum Kuruluşları ve Firmalar tarafından sosyal projeler düzenlenmesi (Tarihe Saygı Projesi gibi)	Çanakkale destinasyonunda hava ulaşımı konusunda yaşanan yetersizlikler	Ulus kimliğinin oluşmasında ve gelişmesinde anma törenlerinin katkıda bulunuyor olması	Turist-yerel halk ilişkilerinde kalıp yargılar (stereotipler) nedeniyle olumsuzluklar yaşanması
Yerel yönetimlerin ve çevre illerdeki eğitim kurumlarının periyodik olarak bölgeye ücretsiz veya düşük ücretli turlar düzenlemesi	Bölge insanının turizm olgusuna bakışındaki yetersizlikler	Özel organizasyonlarla Çanakkale'nin turizm potansiyelinin yerli ve yabancı turistlere aktarılması	Yetersiz yönlendirici tabela ve levhalar nedeniyle trafik kazalarının yaşanması

Tablo 1. (Devam)

Bölgeye yönelik turlar düzenleyen profesyonel seyahat acentalarının ve rehberlerin bulunması	Bölgedeki yönlendirme ve trafik işaretleri ile enformasyon levhalarının yetersizliği	Yabancı turistte kültürlenme, yerli turistte kültürlenme sağlanması	Hediyelik eşya satıcılarının "Havaalanı Sanatı" ürünleri satması
Gelibolu Yarımadası Alan Kılavuzluğu uygulaması	Bölgenin bitki örtüsü ve coğrafi koşullarının yürüyerek dolaşmaya her zaman imkan vermemesi	Bölgeye yönelik talepte özel motivasyon unsurlarının yardımcı ve etkili olması	Alışveriş yerlerindeki personelin ilgisiz ve kaba davranmaları
Alternatif destinasyon bulunmaması	Uluslararası tanıtımda yetersizlikler yaşanması	Genelde ve çoğunlukla gelen 3. Yaş turistlerinin gelir durumlarının ve harcama eğilimlerinin ortalamadan yüksek olması	Alışveriş yapılan yerlerdeki ürünlerin ortalamadan yüksek fiyata satılması
Çanakkale destinasyonunun manevi sembollerle desteklenen imajının olması	Milli Park içerisinde yetersiz sağlık ve bakım alanlarının olması	Truva Antik Yerleşiminin yakın olmasının turistin kalış süresini uzatması	Özellikle 25 Nisan Şafak Ayını için gelenlerin kentin sosyo-ekonomik yapısını etkilemesi
Merkezi yönetimin Çanakkale destinasyonu ve turizm potansiyelini önemseyen düzenlemeler yapması	Belirli dönemlerde artan turistik talebe yanıt vermede eksiklikler yaşanması	Destinasyonun tanıtılıp pazarlanmasında tanınırlık ve bilinirlik maliyetinin diğer destinasyonlardan düşük olması	
18 Mart'ın Şehitleri Anma Günü ilan edilmiş olması ve yurt genelinde özenle kutlanması	Türk Şehitliklerinin yetersizliği ve eksik bakım yapılması	25 Nisan'ın Avustralya ve Yeni Zelanda'da Milli Bayram olarak kutlanıyor olması	
		Organize turlarla Hüzün Turistleri'ne çevre destinasyonlarının da tanıtılması	

SONUÇ

Turistik ürün çeşitlendirmesi sonucunda ortaya çıkan kalıcı ve sürekli turistik ürün türlerinden birisi de Hüzün Turizmidir. Ülkemizde bu turistik ürün türünde en çok bilinen ve tanınan destinasyonlarının başında da Çanakkale yöresi gelmektedir. Yapılan bu çalışma ile Çanakkale destinasyonunun Hüzün Turizmi potansiyeli SWOT Analizi yardımıyla ortaya konmaya çalışılmıştır. Özellikle destinasyonun güçlü yönlerinin iyi bir şekilde saptanıp fırsatların değerlendirilmesi

konusunda gerçekçi ve somut adımlar atılması olumlu bir yaklaşım olacaktır. Bunun yanında hukuki ve yasal düzenlemelerin revize edilmesi başta olmak üzere mevcut uygulamalardaki eksiklik ve hataların gözden geçirilmesi de zayıf yönler ile tehditleri azaltacaktır.

Yapılan bu çalışmanın; öncelikle bundan sonraki farklı destinasyonlara yönelik Hüzün Turizmi potansiyelinin ortaya çıkarılması çalışmalarında kaynak teşkil etmesi hedeflenmektedir. Bunun yanında; Çanakkale destinasyonunda Hüzün Turizmi potansiyelinin sosyo-kültürel ve/veya sosyo-ekonomik etkilerinin incelenmesi; destinasyonun fiziksel ve sosyal taşıma kapasitesinin ortaya çıkarılması ve bölgeye yönelik turistik talebi etkileyen motivasyon faktörlerinin ortaya çıkarılması gibi çalışmalara da temel teşkil etmesi ümit edilmektedir.

KAYNAKÇA

Dergi Makalesi:

- Alaeddinoğlu, F. ve Aliğaçoğlu, A. (2007). Savaş alanları turizmine tipik bir örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutanlık Tarihi Milli Parkı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18/ 2, 215-225.
- Aliğaçoğlu, A. (2004). Sosyo-kültürel miras turizmi ve Türkiye'den örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2, 2, 50-64.
- Antony J., (2012). A SWOT analysis on Six Sigma: some perspectives from leading academics and practitioners. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 61, 6, pp.691-698.
- Atay, L. ve Yeşildağ, B. (2010). Savaş alanları turizmi. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2, 2, 65-72.
- Çeken, H., Kurnaz, H. A. ve Kılıç B. (2013). Hüzün turizmi katılımcılarının seyahat motivasyonlarının belirlenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5/2, 57-73.
- Demirtaş, Ö. (2013). Havaçılık endüstrisinde stratejik yönetim: Swot analizi ile durum değerlendirmesi. *Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 207-226.
- Hill, T. ve Westbrook, R. (1997). SWOT analysis: it's time for a product recall. *Long Range Planning*, 30, 1, 46-52.
- Karadeniz, E., Kandır, Y. S. ve Önal, B. Y. (2007). Seçilmiş paydaşların swot yöntemiyle türk turizm yatırımlarını değerlendirmesine yönelik bir pilot çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18/2, 195-205.
- Kılıç, B. ve Akyurt, H. (2011). Destinasyon imajı oluşturmada hüzün turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10/1, 209 – 232.

- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2/4, 39-56.
- Kılıç, B., Kurnaz, H. A. ve Sop, S. A. (2011). Çekici faktörlerin destinasyon seçimine etkisinin belirlenmesi ve hüzün turizmi ilişkisi. *Düzce Üniversitesi, 12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 362-370.
- Seaton, A.V., (1999). War and Thanatourism: Waterloo 1815-1914. *Annals of Tourism Research*, 26/1, 130-158.
- Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14/1, 9-22.
- Uğur, L. O., Yücel Yıldırım, H., Dinç, K. Ve Kızıltepe, M. (2012). Ulusal kalkınma planları ışığında, swot analizi yöntemi kullanarak taşınmaz değerlendirme ve geliştirme sektörünün risk analizi. *İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi*, 1, 47-56.

Kitap:

- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lennon, J. ve Foley, M. (2000). *Dark Tourism – The Attraction of Death and Disaster*. London: Continuum.
- Stacey, D. R. (2007). *Strategic Management and Organisational Dynamics*. Prentice Hall.
- Tunbridge, J.E., ve Ashworth, G.J. (1996). *Dissonant Heritage: The Management of the Past as a Resource in Conflict*. Toronto: John Wiley and Sons.

Tezler:

- Kaya, O. (2006). Ölüm turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı ziyaret eden turistlerin ziyaret motivasyonlarını anlamaya yönelik bir araştırma ve sonuçları (Yüksek lisans tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.

İnternet Kaynakları:

- 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu, Dördüncü Bölüm – SWOT (GZFT) Analizi
http://www.planlama.org/new/images/stories/Dokuman/istanbul_cdp/4_swot_analizi.pdf
- Uçar, D., ve Doğru, A. Ö. (2005). CBS projelerinin stratejik planlaması ve SWOT analizinin yeri. 10. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı. Ankara.
http://web.itu.edu.tr/~dogruahm/D%20Ucar_CBS%20Projelerinin%20Stratejik%20Planlamasi%20Ve%20Swot%20Analizinin%20Yeri.pdf