

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM DESTİNASYONU YÖNETİ(Şİ)MİNDE
KAMU YÖNETİMİNİN ROLÜNÜN TESPİTİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

Serkan POLAT

Enstitü Ana Bilim Dalı: Turizm İşletmeciliği

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK

KASIM – 2014

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ


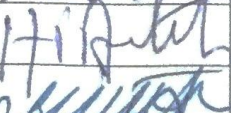
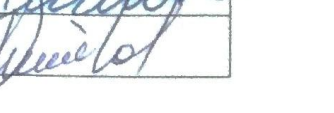

**TURİZM DESTİNASYONU YÖNETİ(Şİ)MİNDE
KAMU YÖNETİMİNİN ROLÜNÜN TESPİTİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

Serkan POLAT

Enstitü Ana Bilim Dalı: Turizm İşletmeciliği

“Bu tez 19/11/2014 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği/Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Prof.Dr. Mehmet SARIŞIK (Danışman)	Basarılı	
Prof.Dr. Orhan BATMAN	Basarılı	
Prof.Dr. Halil İbrahim AYDINLI	Basarılı	
Prof.Dr. Muhsin HALİS	Basarılı	
Yrd.Doç.Dr. Şehnaz DEMİRKOL	Basarılı	

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Serkan POLAT

19.11.2014

ÖNSÖZ

Bu doktora tezine son halinin verilmesi bazı aşamalardan sonra gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, bu dünyaya geldiğimden itibaren beni yalnız bırakmayan, büyüten ve okula göndererek eğitim-öğretim hayatımın başlamasında ve bu eğitim-öğretim hayatımın sürdürülmesi sürecinde maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen annem Fatma POLAT ve babam Mahmut POLAT'a sonsuz teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunarım. Doktora eğitim-öğretim hayatıma başladığım yıl benimle evlenen ve bu süreçte, her türlü maddi ve manevi desteğini esirgemeyerek tezin yazım sürecinde sunduğu görüş ve öneriler ile yapmış olduğu katkıdan dolayı eşim Dr. Semra AKTAŞ POLAT'a sonsuz teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunarım. Bana alfabeyi öğreten ilk öğretmenimden bugüne kadar ve hayatımın geri kalan kısmında eğitim-öğretim hayatıma katkısı olan ve olacak herkese teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunarım. Bu tezin yazılması sürecinde vermiş oldukları destek ve yapmış oldukları katkılardan dolayı başta danışman hocam Prof.Dr. Mehmet SARIŞIK olmak üzere, Prof.Dr. Orhan BATMAN, Prof.Dr. Halil İbrahim AYDINLI, Prof.Dr. Muhsin HALİS ve Yrd.Doç.Dr. Şehnaz DEMİRKOL'a teşekkür ediyorum.

Serkan POLAT

19.11.2014

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
KISALTMALAR	iv
TABLO LİSTESİ	v
ŞEKİL LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: DESTİNASYON VE TURİZM DESTİNASYONU	10
1.1. Destinasyon ve Turizm Destinasyonu Kavramları	10
1.2. Turizm Destinasyonunun Özellikleri	20
1.2.1. Turizm Endüstrisi	20
1.2.2. Güvenlik & Sağlık	30
1.2.3. Altyapı İmkânları	35
1.2.4. Çekicilikler	38
1.2.5. İmaj	41
1.3. Turizm Destinasyonu Türleri	43
1.4. Turizm Destinasyonunun Paydaşları	45
1.5. Turizm Destinasyonu Gelişim Süreci	47
BÖLÜM 2: TURİZM DESTİNASYONU YÖNETİ(Şİ)Mİ–TDY	51
2.1. Destinasyon Pazarlaması	58
2.2. Turizm Destinasyonu Yönetim Yaklaşımları	62
2.2.1. Turizm Destinasyonu Yönetimi	64
2.2.2. Turizm Destinasyonu İdaresi	66
2.2.3. Turizm Destinasyonu Yönetişimi	69

2.3. Turizm ve Örgütlenme	77
2.3.1. Yönetim Yapısına Göre Turizm Örgütleri.....	86
2.3.2. Coğrafi Alana Göre Turizm Örgütleri	88
2.4. Dünya’da Turizm Örgütü Örnekleri.....	93
2.5. Avrupa’da Turizm Örgütü Örnekleri.....	96
BÖLÜM 3: TURİZM VE KAMU YÖNETİMİ	103
3.1. Kamu Yönetimi	103
3.2. Turizm ve Kamu Yönetimi.....	107
3.2.1. Turizm ve Merkezi Yönetim.....	117
3.2.2. Turizm ve Yerel Yönetimler	121
3.3. Türkiye’nin Kamu Yönetimi Yapısı.....	132
3.3.1. Merkezi Yönetim	136
3.3.2. Yerinden Yönetim.....	138
BÖLÜM 4: ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	141
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	141
4.2. Araştırma Soruları	142
4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları.....	143
4.4. Araştırmanın Deseni.....	153
4.5. Araştırmanın Doğrulama Ölçütleri (Geçerlilik ve Güvenirlilik).....	155
4.6. Araştırmanın Örnekleme.....	157
4.7. Veri Toplama Yöntemi.....	166
4.7.1. Görüşme Formunun Hazırlık Süreci	168
4.7.2. Ön Deneme.....	170
BÖLÜM 5: VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULARIN YORUMLANMASI	171
5.1. Örnekleme ve Görüşmelere İlişkin Temel Bilgiler	171

5.2. Turizm Destinasyonu ve Turizm Destinasyonu Yöneti(şi)mine İlişkin Bulgular	174
5.2.1. Turizm Destinasyonuna İlişkin Bulgular.....	174
5.2.2. Turizm Destinasyonunun Paydaşlarına İlişkin Bulgular	180
5.2.3. Turizm Destinasyonu Yönetimine İlişkin Bulgular	184
5.2.4. Turizm Destinasyonu Yönetim Yaklaşımlarına İlişkin Bulgular	189
5.2.5. Turizm Destinasyonu Yönetiminde Üstlenilebilecek Rollere İlişkin Bulgular.....	196
5.3. Kamu Yönetimi ve Turizm Destinasyonu Yönetimine İlişkin Bulgular	201
5.3.1. Kamu Yönetiminin Turizm Destinasyonu Yönetimindeki Rolüne İlişkin Bulgular.....	201
5.3.2. Turizm Destinasyonu Yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı Rolüne İlişkin Bulgular	207
5.3.3. Turizm Destinasyonu Yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünün Rolüne İlişkin Bulgular	215
5.3.4. Turizm Destinasyonu Yönetiminde Belediyelerin Rolüne İlişkin Bulgular.....	221
5.3.5. Turizm Destinasyonu Yönetiminde Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarının Rolüne İlişkin Bulgular	226
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	243
KAYNAKÇA	254
EKLER.....	278
ÖZGEÇMİŞ.....	293

KISALTMALAR

BB	: Büyükşehir Belediyesi
CYY	: Coğrafi Yerinden Yönetim
DMO	: Destinasyon Yönetim/Pazarlama Örgütü (Destination Management / Marketing Organization)
DMS	: Destinasyon Yönetim Sistemi (Destination Management System)
FYY	: Fonksiyonel Yerinden Yönetim
GAS	: Genel Araştırma Sorusu
İ	: İcracı
İKTM	: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
İR	: İcracı-Ricacı Rol
KMK	: Kamu Kurumu Niteliğindeki Mesleki Kuruluş
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
KY	: Kamu Yönetimi
M	: Merkez Teşkilatı
MY	: Merkezi Yönetim
NTO	: Ulusal Turist/Turizm Büroları (National Tourist/Tourism Offices)
ÖAS	: Özel Araştırma Sorusu
R	: Ricacı
T	: Taşra Teşkilatı
TD	: Turizm Destinasyonu
TDA	: Turizm Destinasyonu Aşaması
TDY	: Turizm Destinasyonu Yöneti(şi)mi
TDYÖ	: Turizm Destinasyonu Yöneti(şi)mi Örgütü
TUREB	: Turist Rehberleri Birliği
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization)
YY	: Yerinden Yönetim

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Destinasyon Anlamında Kullanılabilecek Kavramlar	13
Tablo 2: Temel Turistik Ürün Arz Kaynakları ve Yardımcı Faktörler	25
Tablo 3: Yabancı Turistlerin Müşteki Olarak Müdahil Oldukları Asayiş Suç Türü ve Sıklığı	30
Tablo 4: Turizm Destinasyonu Yönetiminde Örgüt Türleri.....	84
Tablo 5: Üyelik Yapısına Göre Turizm Örgüt Türleri	85
Tablo 6: Ulusal Turizm Örgütlerinin Toplam Bütçeleri ve Devletin Katkısı - 2002.....	99
Tablo 7: Onlar Turizm Nasıl Yönetiyor?	100
Tablo 8: Turizmle İlgili Avrupalı ve Uluslararası Birlikler	101
Tablo 9: Nitel ve Nicel Araştırmaların Karşılaştırılması	154
Tablo 10: Tesadüfi Olan/Tesadüfi Olmayan Örneklem Yöntemi Seçimi	158
Tablo 11: Araştırmanın Örnekleme	166
Tablo 12: Katılımcı ve Görüşmelere İlişkin Temel Tanımlayıcı Bilgiler.....	172
Tablo 13: Turizm Destinasyonunun Paydaşları	183
Tablo 14: Turizm Destinasyonu Yöneti(şi)minde (TDY) İcracı-Ricacı (İR) Roller ...	233
Tablo 15: Görüşme ve Katılımcıya İlişkin Özet Bilgiler	280

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: 1941 Öncesi Bazı Bölge Ayrırımları ve 1941 Ayrımı	12
Şekil 2: Turizm Endüstrisi	23
Şekil 3: Turist Seyahatinde Ulaştırmanın Rolü	36
Şekil 4: Turizm Altyapı Modeli.....	37
Şekil 5: Turizm Arz Verileri.....	40
Şekil 6: Turist Hizmet Zinciri.....	42
Şekil 7: Macera Turizmi Destinasyonlarının Coğrafi Hiyerarşisi	44
Şekil 8: Bir Turist Destinasyonunda Turizm ve Çevresel Politikalarla İlgili Muhtemel Aktör Grupları Örneği.....	46
Şekil 9: Turizm Destinasyonları için Yaşam Döngüsü.....	48
Şekil 10: Turizm Yönetim Yapısı.....	54
Şekil 11: Turizm Gelişimi - Kartopu Görüşü	57
Şekil 12: Türkiye için Önerilen Dört Basamaklı Turizm Tanıtımı ve Pazarlama Örgütlenmesi Modeli	59
Şekil 13: Ulusal Turizm Örgütleri için Destinasyon Pazarlama Süreci	61
Şekil 14: Yönetişim Fonksiyonlarının Merkezîyetçi Sistemi.....	71
Şekil 15: Tümleşik Destinasyon Yönetimi: Yapılar, Süreçler ve İlkeler	73
Şekil 16: Yönetişim Tipolojisi Çerçevesi	75
Şekil 17: Destinasyon Yönetişim Modelleri.....	76
Şekil 18: Devletlerin Temel Örgütlenme Modelleri.....	78
Şekil 19: Turizm Örgütleri İlişkisi.....	79
Şekil 20: Türkiye için Destinasyon Yönetim Örgütü Şeması.....	82
Şekil 21: Turizm Örgütü Finansmanı	83
Şekil 22: Örgütlenme Düzeyine Göre Başlıca Finansman Kaynakları	84
Şekil 23: Kamu Yönetiminin Elemanları	104
Şekil 24: Turizmde Politika Yapma Süreci	108
Şekil 25: Türkiye'nin Kamu Yönetimi Yapısı	134
Şekil 26: TDY Sürecinde Rol Üstlenebilecek Kamu Yönetimi Birimleri.....	143
Şekil 27: Kültür ve Turizm Bakanlığı Merkez Teşkilatı Şeması.....	148
Şekil 28: Örneklem Belirleme ve Veri Toplama Süreci	165
Şekil 29: Başarılı Bir Görüşme İçin Gerekli Koşullar.....	167
Şekil 30: Turizm Destinasyonu Yönetim Yaklaşımları.....	195
Şekil 31: İstanbul'da Kamu Yönetimi Birimlerinin TDY'de Üstlenebileceği Roller...240	
Şekil 32: Turizm Destinasyonu Boyutları	241

ÖZET

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Doktora Tez Özeti

Tezin Başlığı: Turizm Destinasyonu Yöneti(şi)minde Kamu Yönetiminin Rolü Üzerine Bir Araştırma

Tezin Yazarı: Serkan POLAT

Danışman: Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK

Kabul Tarihi: 19 Kasım 2014
15 (Ek)

Sayfa Sayısı: VIII (ön kısım) + 277 (tez) +

Anabilim Dalı: Turizm İşletmeciliği **Bilim Dalı:** -

Bir turizm destinasyonu; kamu yönetimi, sivil toplum kuruluşları, özel sektör, turist, yerel toplum ve çevre olmak üzere altı ana bileşenden oluşmaktadır. Turizm destinasyonunun sahip olduğu doğal ve yapay kaynakların etkin bir şekilde yönetilerek, belirtilen her bir bileşen çıkarımın optimum düzeyde karşılanması, etkili bir turizm destinasyonu yöneti(şi)mi açısından büyük önem arz etmektedir. Turizm destinasyonu yöneti(şi)mi sürecinde kamu yönetiminin rolü bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda, turizm destinasyonu kavramı, özellikleri ve türleri; turizm destinasyonu yönetim yaklaşımları; kamu yönetimini oluşturan merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimleri ele alınmaktadır.

Türkiye'nin kamu yönetimini oluşturan merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin, turizm destinasyonu yöneti(şi)mi sürecinde üstlenebileceği rolleri tespit etmek bu çalışmanın başlıca amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın turizm yazını açısından önemini; turizm destinasyonu ile turizm destinasyonu yöneti(şi)mi kavramlarını açıklık getirmesi ve turizmde kamu yönetiminin önemli bir konumda olduğuna bilimsel bir araştırmayla dikkat çekmesi şeklinde belirtmek mümkündür.

Amacı bakımından keşfedici olan araştırmada nitel veriler kullanılmıştır. Bu araştırmada, olasılığa dayalı olmayan yargısal (kasıtlı/iradi) örnekleme yöntemlerinden olan "Ölçüt Örnekleme" yöntemi uygulanmıştır. Nitel verilere dayalı olan araştırmada, birincil verilerin elde edilmesinde görüşme yönteminden yararlanılmıştır. Veri toplamak için görüşme yöntemi seçilmesinin temel nedeni, araştırılan konu hakkında uzman kişilerle araştırmacı tarafından yüz yüze derinlemesine görüşme gerçekleştirebilmek ve konu hakkında mümkün olabildiği ölçüde detaylı bilgiye ulaşılmak istenmesidir.

Görüşme talebini kabul eden 20 kişiyle yüz yüze yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler betimsel analiz tekniği yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu kapsamda, araştırmanın amaçlarına ulaşmak için hazırlanan genel ve özel araştırma sorularına yer verilmiş ve katılımcılar tarafından verilen yanıtlar "aynen aktarma" yoluyla betimsel olarak sunulmuştur. Araştırma sonucuna göre; turizm destinasyonu yöneti(şi)mi sürecinde, kamu yönetimi birimleri tarafından Türkiye, bölge, il ve yöre düzeyinde *İcracı* ya da *Ricacı* (İR) olarak üstlenilmesi gereken 34 rol belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Destinasyonu, Turizm Destinasyon Yöneti(şi)mi, Kamu Yönetimi, Turizm

SUMMARY

Sakarya University Institute of Social Sciences

PhD Thesis

Title of the Thesis: A Research on the Role of Public Administration in Tourism Destination Governance

Author: Serkan POLAT **Supervisor:** Prof. Dr. Mehmet SARIİŞİK

Date: 19 November 2014 **Nu. of pages:** VIII (pre text) + 277 (main body) + 15 (Appendix)

Department: Tourism Management **Subfield:** -

A tourism destination is composed of public administration, NGOs, private sector, tourists, local communities and the environment. Natural and artificial sources of tourism destinations should be managed effectively in order to meet the interests of each component mentioned at optimum level that results in governance of tourism destination efficiently.

The subject of this study is the role of public administration in the process of governance of tourism destination. In this context, the concept of tourism destination, features and types; tourism destination management approaches; central government and local government units that make up the public administration are discussed.

The main objective of this study is identify the roles that should be undertaken by the central government and local government units forming Turkey's public administration in tourism destination governance process.

In terms of literature, the study is important because of that tourism destination and tourism destination governance concepts are clarified and it is emphasized public administration has an important position in tourism with a scientific research.

In terms of purpose this study is an exploratory research and qualitative data was used. In this research, "criterion sampling", based on judicial (intentional/voluntary) sampling method, was applied. Interview method was used to obtain primary data.

The main reason of choosing the interview method to collect data is to perform in-depth face to face interviews with experts on the subject investigated by researcher and to reach the detailed information as possible as on the subject.

20 semi-structured interviews were conducted by those accepted the request for an interview face to face. In this context, prepared the general and specific research questions were asked and the responses given by the participants were presented by descriptive statistics.

According to the research results; in the process of tourism destination governance, 34 roles have been identified to be undertaken as an Implementer or Requesting (IR) by the public administration units in Turkey.

Keywords: Tourism Destination, Tourism Destination Governance, Public Administration, Tourism

GİRİŞ

İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 13 üncü maddesinde herkesin bir ülke sınırları içerisinde oturma ve özgür olarak seyahat hakkı ile kendi ülkesi de dâhil olmak üzere herhangi bir ülkeden ayrılma ve geri dönme hakkı olduğu belirtilmektedir (www.un.org, 2014). Seyahat hakkının evrensel bir hak olarak kabul edilmesi de ülke yönetimlerine, gerek kendi vatandaşları bağlamında gerekse diğer ülke vatandaşları bağlamında bu hakkı güvence altına alma sorumluluğunu yüklemektedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2014a: 3) verilerine göre, 2013 yılında 1 milyar 87 milyon insan uluslararası turizm hareketliliğine katılmış ve dünya genelinde, bu turizm hareketliliğinden dolayı ülkeler, 1 trilyon 79 milyar dolar gelir elde etmiştir. Turizm hareketliliğine katılan insanların sayısı ve insanların bu hareketliliğinden dolayı ülkelerin elde ettiği gelir dikkate alındığında, turizmin ne kadar büyük ölçekli ekonomik ve sosyal bir yapıya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda turizm, başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere birçok ülkenin ilgisini çekmekte ve dünya turizm pazarında daha fazla pay sahibi olmak için çaba sarf edilmektedir.

Turizm, fiziksel ve beşeri çevreyi satmasının yanı sıra doğal ve kültürel mirası kullanan kaynak tabanlı bir endüstridir (Howie, 2003: 10). Genellikle özel sektör inisiyatifinde yürütülen turizmde hükümetler, ülkelerinin turizm destinasyonu olarak tanıtılması ve gelişimi sürecinde geleneksel olarak önemli rol üstlenmiştir (Lennon vd., 2006: 5). Dredge vd. (2011: 21) dünyanın dağınık, dinamik ve karmaşık yapısının sosyal bilimlerde yaşanan büyük değişimlerle kendisini hissettirdiğini savunmaktadır. Geleneksel modern yönetimde devlet, çok geniş bir alanda yürütülecek politik eylemler için hem sermaye veren hem de sağlayan konumundadır.

Bir yerin; turizm destinasyonu olarak belirlenmesi, dönüşüm süreci, izlenecek politikaların oluşturulması, yönetim ve rekabet stratejilerinin geliştirilmesi, planların hazırlanması, fizibilite çalışmaları aracılığıyla finansman, pazar ve teknik analizlerin yapılarak ilgili alanlarda durum tespiti ve muhtemel senaryoların belirlenmesi, yerel toplumun görüşünün alınması, fiziksel çevre, flora ve fauna üzerindeki muhtemel olumlu ve olumsuz etkilerin incelenmesi, yer üzerinde meydana gelebilecek sosyal, kültürel, toplumsal, ekonomik, çevresel ve politik değişikliklerin detaylı ve özenli bir

analize tabi tutulması, bütün insanlığın, üzerinde hak sahibi olduğu kaynaklarda telafisi mümkün olmayan olumsuz sonuçlara neden olacak hatalı ve yanlış uygulamaların önlenmesi bakımından kuşkusuz büyük önem taşımaktadır.

Bir turizm destinasyonunda; kamu yönetimi, sivil toplum kuruluşları, özel sektör, turist, yerel toplum ve çevre olmak üzere altı ana bileşen bulunmaktadır. Turizm destinasyonunun mevcut ve muhtemel kaynaklarının (doğal ve yapay) etkin bir şekilde yönetilerek, her bir turizm destinasyonu bileşeninin çıkarının optimum düzeyde karşılanması, etkili bir turizm destinasyonu yöneti(şi)mi açısından büyük önem arz etmektedir. Belirtilen bu altı bileşenin niteliği ve karar mekanizmalarında yer alıp almaması ve/veya ağırlığı elbette turizm destinasyonunun niteliğine göre farklılık gösterecektir.

Böylesine karmaşık ve çok sayıda bileşenden oluşan turizmin yöneti(şi)minde, kamu yönetiminin rol almaması elbette düşünülemez. Lennon vd. (2006: 6) turizmi, ulusal ekonomilerinin gelişmesinde önemli bir faktör olarak değerlendiren hükümetlerin, turizmde rol üstlenip üstlenmemeyi sorgulamalarını bir paradoks olarak görmektedir. Diğer taraftan, kamu yönetiminin üstlendiği ya da üstlenmesi beklenen roller ile bu rollerdeki payı konusunda, ülkelerin hatta daha küçük ölçekte bölgelerin ve kentlerin kendilerine özgü faktörlerin belirleyici olduğu unutulmamalıdır.

Ülkelerin, üniter ya da federal bir devlet yapısına sahip olup olmaması, merkezi yönetim ya da âdem-i merkezîyetçiliği ifade eden yerinden yönetim anlayışından hangisinin benimsendiği ve toplumun, karar verme mekanizmalarında rol alma istek ve arzularının olup olmaması gibi birçok unsur, kamu yönetiminin sadece turizm ile ilgili değil tüm alanlarda üstlendiği ya da üstlenmesi beklenen roller üzerinde etkili olmaktadır. Bu bağlamda, bir turizm destinasyonunda kamu yönetiminin üstlendiği ya da üstlenmesi beklenen roller, bir başka turizm destinasyonunda bulunan kamu yönetimi için geçerli olmayabilir.

Her ne kadar son yıllarda, yerinden yönetim anlayışına yönelik bazı düzenlemeler ve gelişmeler ya da en azından bu yöndeki girişimler olsa da Türkiye gibi merkezi yönetim anlayışının benimsendiği ülkelerde, gerek turizm gerekse diğer alanlarla ilgili politikaların oluşturulması, stratejilerin belirlenmesi, planların hazırlanması,

uygulanması ve denetimi genellikle merkezi yönetim birimleri tarafından yerine getirilmektedir.

Destinasyonlar, turizmin kendiliğinden gelişen ya da aktif olarak desteklendiği mekânlardır (Howie, 2003: 55). Yeni kaynaklar ve destinasyon bölgeleriyle şekillenen uluslararası turizm pazarında; pazarın küreselleşmesi, yüksek teknolojik yenilikler, çoğalan arz farklılığı ve talep karmaşıklığı nedeniyle rekabet çevresi giderek belirsiz, dinamik ve karışık bir hal almaktadır (Morvillo vd., 2006: 169). Turizm sürekli büyüyen bir endüstri olarak görülmektedir. Destinasyon gelişimi de yerel ve bölgesel kalkınmada önemli bir konu olarak ortaya çıkmıştır (Svensson vd., 2006: 83).

Turizm, kısa dönemde ekonomik açıdan bazı faydalar sağlasa da bu faydaların kalıcı olması rasyonel bir yaklaşımla mümkün olabilir. 1980'li yıllara kadar ülkelerin büyük bir bölümünde, devletlerin türüne göre merkezi yönetim veya yerel yönetimler ya da her ikisini temsil eden kamu yönetimi, ülke kaynaklarının kullanılması, yönlendirilmesi ve yönetilmesinde sorumlu tek organ durumundaydı. Ancak özel sektörün, hızlı bir şekilde büyümesi ve gelişmesi kamu yönetimi üzerinde, serbest piyasa koşullarının sağlanarak devletin üretim sürecinden çekilmesi yönünde baskı kurmuştur.

Kamu yönetimi ile işletme yönetimi kavramlarının genellikle birbirine karıştırılmasında, her iki yönetim türünde de yöneticiler, organizasyon yapısı, kıt kaynakların dağıtımı, insanların yönetilmesi gibi ortak unsurların yer almasının rol oynadığını ifade eden Denhardt ve Denhardt'a (2009: 5) göre, işletme yönetiminin asıl amacının kâr elde etme olmasına rağmen, kamu yönetiminin asıl amacı hizmetin halka ulaştırılması ve birey ya da grup davranışlarının kamu düzenine göre düzenlenmesi çok önemli bir farklılıktır.

Gerek özel sektörün baskısı gerekse devletin üretim işlevi nedeniyle katlandığı maliyetleri azaltma düşüncesi, kamu yönetimini düzenleyici ve denetleyici rolleri üstlenmeye yöneltmiştir. Bununla birlikte, devletin düzenleme ve denetleme işlevlerini yerine getirme sürecinde özel sektörün yatırımcı rolünün etkisinin olmaması düşünülemez. "Bırakınız yapıları, bırakınız geçişler" anlayışının benimsendiği serbest piyasa koşulları, 2000'li yıllarla birlikte sorgulanmaya başlamıştır. Özel sektörün, varlık nedeni olan kâr uğruna bütün insanlığın ortak değerlerini tehlikeye atmaktan çekinmemesi toplumların tepkisini çekmeye başlamıştır.

Toplumların artan bir biçimde, özel sektöre karşı daha fazla denetleme ve kontrol rolünü talep etmesi, devletin özel sektöre karşı bakış açısını değiştirmesine neden olmuştur. Bu bağlamda, başta Birleşmiş Milletler ve Avrupa Birliği olmak üzere birçok uluslararası örgüt neredeyse tüm alanlarla ilgili çeşitli araştırmalar yapmış ve yapmaya da devam etmektedir. Bu araştırmalar çerçevesinde hazırlanan raporlar doğrultusunda, çeşitli alanlarla ilgili standartlar belirlenmiş ve mikro anlamda işletmelerin makro anlamda da ülkelerin belirli süreler içerisinde bu standartlara uyum sağlamaları çeşitli zirveler düzenlenerek ya da anlaşmalar yoluyla talep edilmiştir.

Her ne kadar devlet tekrar üretim işlevini üstlenmese de özel sektöre "Yapmanız ve geçmeniz için bazı koşulları yerine getirmelisiniz!" mesajı hem kamu temsilcileri hem de toplum tarafından sıklıkla verilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda iletişim, haberleşme ve ulaştırma olanaklarında yaşanan gelişmelerin de büyük etkisinin olduğu düşünülmektedir. Bu alanlarda yaşanan ilerlemeler, insanların herhangi bir konuda daha kolay ve daha az maliyetle bir araya gelmesini, örgütlenmesini ve güçbirliği yapmasını sağlamıştır. Güçbirliği yapmak amacıyla bir araya gelinen örgütler aracılığıyla farkındalık oluşturulmuş ve farkında olmayan tarafların bilinçlenmesine katkıda bulunulmuştur.

Gerek kamu yönetimi temsilcileri gerekse özel sektör temsilcileri herhangi bir alanla ilgili adım atarken toplum beklentilerini de göz önünde bulundurmaya başlamıştır. Böylece, her şeyin devlet tarafından yerine getirildiği idare anlayışı ile özel sektörün kâr odaklı işletmecilik anlayışı yerine tüm paydaşların temsil edildiği bir yönetim yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Ghirelli'ye (2013: 4) göre birçok turizm destinasyonu, turizm destinasyonu yönetimi konusunu öne çıkarmakta ve geleneksel destinasyon yönetim/pazarlama örgütlerine alternatif modeller geliştirmeye çalışmaktadır. Yönetim kavramının gelecekte, turizm destinasyonu planlaması ve politikasında önemli bir kavram olacağı açıktır (Hall, 2011: 451).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün temel önceliklerinden birisi de bünyesinde yürütülen destinasyon yönetimi programıdır. Bu program; sürekli değerlendirme, sistematik analiz ve turizm yönetimi ile ilgili yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde güncel bilginin sağlanması amacıyla yürütülmektedir (UNWTO, 2010a: 3).

Burns'a (2004: 403) göre turizmin analizi sürecine devlet organları açısından bakıldığında, dünyanın geri kalanıyla karşılıklı yararlı etkileşimi sağlayan, kreatif düşünme ve alternatif politika üreten yapılara yönelik bir boşluk ve ihtiyaç bulunmaktadır. Tek'in (2009: 169) Türkiye'de valiler ve belediye başkanlarının herhangi bir zemin, ölçü ve/veya ölçüte dayanmadan her birey, kurum ya da örgütün işine geldiği gibi marka kent modasına kapılarak rant sürecinde mümkün olabildiğince nemalanma düşüncesi tespiti bu boşluk ve ihtiyacı doğrulamaktadır.

Son 25 yıldır turizm planlaması ve pazarlaması, turist deneyimleri ve turist ihtiyaçları üzerine odaklanılmıştır. Bu odaklanmanın arkasında ise çok sayıda turisti çekmek ve bu çekim neticesinde elde edilecek gelirleri maksimum düzeye çıkarmak hem planlamacıların hem de politikacıların başlıca amacıydı. Bununla birlikte, turizme sadece sayılarla yaklaşılması durumunda turizmin uzun dönemde neden olacağı sosyal, ekonomik ve çevresel sonuçları planlamacıların ve politikacıların turizme olan bakış açılarını değiştirmeye başlamıştır (Archer vd., 2004: 97).

Uzun bir süredir turizmin, bir bölgenin veya ülkenin refahına katkı yaptığı konusunda görüş birliği olsa da son zamanlarda, turizmin başta ekonomik, sosyo-kültürel ve çevre olmak üzere politik koşullar, sağlık ve emniyet gibi unsurlardan dolayı problemlere de neden olmaktadır (Howie, 2003: 322). Olalı'ya göre turizm politikalarının başarısında; ekonomik, sosyal, hukuki ve ahlaki koşullara ek olarak alınan önlemlerin bütünlük arzemesi, turizm endüstrisi ile diğer sektörler arasındaki ilişkilerin sürecin başından itibaren analiz edilmesi ve turizmin neden olacağı etkiler ile bu etkilerin doğuracağı tepkilerin doğru tahmin edilmesi de önemli rol oynamaktadır (1990: 57).

Turizm gibi çok sayıda bileşenin birlikte hareket etmesinin zorunlu olduğu bir alanın ne tek başına devlet tarafından ne de tek başına özel sektör tarafından yönlendirilmesi ve yönetilmesi söz konusu olamaz. Bu bağlamda, turizm hareketliliğinin yaşandığı bir yerde bulunan diğer tarafların da bu yönlendirme ve yönetim sürecine müdahil olması veyahut da en azından dikkate alınması bir zorunluluk olarak düşünülmektedir. Diğer taraftan bu süreç, kamu yönetiminin ve/veya özel sektörün dışlanması anlamına gelmemektedir. Bu çalışma aracılığıyla yapılmak istenen, çok yönlü bir yapıya sahip olan turizmin yönlendirilmesi ve yönetilmesinde, tarafların birlikte hareket edebileceği bir yaklaşımın gerekliliğine vurgu yapmaktır.

Çalışmanın Konusu: Turizm destinasyonu yöneti(şi)mi (TDY) ve TDY’de kamu yönetiminin rolü, çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda, turizm destinasyonu kavramı, turizm destinasyonunun özellikleri, turizm destinasyonunun paydaşları ve turizm destinasyonunun türleri; turizm ve kamu yönetimi ilişkisi; turizm destinasyonu işletmeciliği, turizm destinasyonu idaresi ve turizm destinasyonu yöneti(şi)mi gibi yönetim yaklaşımları; kamu yönetimini oluşturan merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin TDY sürecinde üstlenebilecekleri roller incelenmektedir.

Çalışmanın Amacı: TDY sürecini inceleyerek, Türkiye’nin kamu yönetimini oluşturan merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin, bu süreçte üstlenebileceği rolleri tespit etmek bu çalışmanın başlıca amacını oluşturmaktadır. Bu başlıca amaç çerçevesinde belirlenen çalışmanın alt amaçları ise şunlardır:

- Destinasyon ile turizm destinasyonu kavramları arasındaki farklılıkları ortaya koymak ve bu iki terim arasındaki kavram karışıklığının ortadan kaldırılmasına katkıda bulunmak.
- Turizm destinasyonunun özelliklerini tespit etmek.
- Turizm destinasyonunun paydaşlarını tespit etmek.
- Turizm destinasyonu yönetimi yaklaşımlarını incelemek.
- TDY sürecinde, üstlenilmesi gereken rolleri tespit etmek.
- TDY sürecinde, kamu yönetiminin üstlenmesi gereken rolleri tespit etmek.
- TDY sürecinde, merkezi yönetim birimlerinin üstlenmesi gereken rolleri tespit etmek.
- TDY sürecinde, yerinden yönetim birimlerinin üstlenmesi gereken rolleri tespit etmek.

Çalışmanın Önemi: Çalışmanın turizm yazını açısından önemini; destinasyon ile turizm destinasyonu arasındaki farka vurgu yapması, turizm destinasyonu yönetimi konusunu farklı yönetim yaklaşımları çerçevesinde incelemesi ve turizmde kamu yönetiminin önemli bir yer tuttuğuna bilimsel bir araştırmayla dikkat çekmesi şeklinde belirtmek mümkündür.

Türkiye’de, 2003-2013 yılları arasında hazırlanan ve adında *destinasyon* kavramı bulunan lisansüstü tezlerin büyük bir bölümünün (bakınız Ek 4) destinasyon pazarlaması, destinasyon rekabetçiliği ve destinasyon imajı konularına yoğunlaşması

dikkate alındığında, TDY'yi daha makro düzeyde inceleyerek TDY'nin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini de içeren daha kapsamlı bir süreç olduğuna vurgu yapması, bu çalışmayı özgünlük bakımından önemli kılan diğer bir unsur olarak görülmektedir.

Son olarak, Türkiye'de merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin kamu yöneticilerine yol gösterici bir kılavuz niteliğini taşıması çalışmanın uygulama açısından önemi olarak belirtilebilir.

Çalışmanın Yöntemi: Bu çalışma, amacı bakımından keşfedici, kullanılan veri bakımından ise nitel yaklaşımı benimseyen bir çalışmadır. Çalışmanın birinci, ikinci ve üçüncü bölümlerinde, çalışma konusuyla ilgili kavramlar, ikincil kaynaklar kullanılarak açıklanmaktadır. Çalışmanın uygulama bölümü olarak da değerlendirilebileceği dördüncü bölümde ise birincil veriler elde etmek amacıyla yüz-yüze yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama amacıyla yüz-yüze yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin seçilmesinin temel nedeni, alanında uzman kişilerle yüz yüze derinlemesine görüşmeler gerçekleştirebilmek ve konu hakkında mümkün olabildiği ölçüde detaylı bilgiye ulaşılmak istenmesidir.

Araştırma örnekleminin belirlenmesinde, olasılığa dayalı olmayan yargısal (kasıtlı/iradi/amaçlı) örnekleme yöntemlerinden olan "Ölçüt Örnekleme" yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda, 20 akademisyen ile yüz yüze yarı-yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler, betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Bu kapsamda, araştırmanın amaçlarına ulaşmak için hazırlanan genel ve özel araştırma sorularının her biri için katılımcılar tarafından verilen yanıtlar "aynen aktarma" yoluyla aktararak betimsel olarak sunulmuştur.

Çalışmanın Kapsamı: Çalışma, konu bakımından; destinasyon, turizm destinasyonu, turizm destinasyonu yönetimi yaklaşımları, kamu yönetimi ve turizm, merkezi yönetim ve turizm ile yerinden yönetim ve turizm konularını içermektedir. Çalışma kapsamında bir turizm destinasyonu; ülke (Türkiye), bölge (iki ya da daha fazla il), il (bir il) ve yöre (bir ya da daha fazla ilçe) olmak üzere dört coğrafi birim üzerinden incelenmektedir. Kamu yönetimi ifadesi, Türkiye Cumhuriyeti'nin kamu yönetimini oluşturan merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerini temsil etmektedir. Turizm ile ilgili yetki, görev ve sorumluluk sahibi merkezi yönetim birimleri olarak; Kültür ve Turizm Bakanlığı (merkez) ile İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (taşra); yerinden yönetim birimleri olarak;

Büyükşehir Belediyesi (coğrafi/yer yerinden yönetim) ile TÜRSAB ve TUREB (fonksiyonel/hizmet yerinden yönetim) belirlenmiştir. Tespit edilen bu birimler, veri toplama sürecinde birincil kaynak olarak değil, bu birimlerin yetki, görev ve sorumluluklarının tanımlandığı mevzuat çerçevesinde ikincil kaynak olarak yer almıştır. Bu yola başvurulmasının temel nedeni; araştırma örnekleminin belirlenmesinde, olasılığa dayalı olmayan yargısal (kasıtlı/iradi/amaçlı) örnekleme yönteminin kullanılmasıdır. Bu bağlamda araştırmacı; turizm ile ilgili yetki, görev ve sorumluluk sahibi olarak belirlenen merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinden araştırma konusuyla ilgili detaylı ve yeterli verinin toplanamayacağı yargısını taşımaktadır.

Yetki, görev ve sorumluluk alanları mevzuat ile belirlenen kamu yönetimi birimlerinden yeni bilgilerin elde edilemeyeceği öngörüsü nedeniyle, araştırma kapsamında belirlenen ölçütleri karşılayan 20 akademisyen ile yüz yüze yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan araştırmacının, TDY sürecinde yer alması gerektiği düşünülen; kamu yönetimi temsilcilerinin, özel sektör temsilcilerinin, mesleki birlik temsilcilerinin, akademisyenlerin, sivil toplum kuruluşu temsilcilerinin, yerel toplum temsilcileri ile yerli ve yabancı turistlerin temsil edildiği ve 8-10 kişiden oluşan 3 ya da 4 odak grup görüşmesi yapma hedefi, araştırmacının mali ve zaman kaynağı yetersizliğinin yanı sıra birbirinden farklı çok sayıda tarafı belirli bir tarih ve saatte bir araya getirme güçlüğü nedeniyle gerçekleştirilememiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde; destinasyon ve turizm destinasyonu kavramlarına açıklık getirilmektedir. Bu bağlamda, öncelikle destinasyon ifadesine yönelik kavramsal bir açıklama yapılmaktadır. Daha sonra, turizm destinasyonu ifadesine yönelik kavramsal bir açıklama yapılmakta ve bir turizm destinasyonunun özellikleri üzerinde durulmaktadır. Turizm destinasyonu türleri, turizm destinasyonu paydaşları ve bir turizm destinasyonunun gelişim süreci birinci bölümde incelenen diğer konulardır.

Çalışmanın ikinci bölümünde; turizm destinasyonu yönetimi ve örgütlenme konuları incelenmektedir. Bu kapsamda, turizm destinasyonu işletmeciliği, turizm destinasyonu idaresi ve turizm destinasyonu yönetimi gibi turizm destinasyonu yönetimi yaklaşımları ele alınmaktadır. Ayrıca bir turizm destinasyonunda, turizm ile ilgili yetki ve sorumluluk sahibi çeşitli turizm destinasyonu yönetim örgütleri yönetim yapısına ve

coğrafi alana göre incelenerek Avrupa ve dünya genelinde, dünya turizm pazarında önde gelen çeşitli ülkelerdeki turizm örgütlerinden örnekler yer almaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; turizm ve merkezi yönetim ilişkisi ile turizm ve yerel yönetimler ilişkisine yer verilerek, turizmde kamu yönetiminin önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca, kamu yönetimi birimleri ile turizm ilişkisine yönelik yapılmış bilimsel çalışmaları kapsayan yazın taraması da bu bölümde yer almaktadır. Üçüncü bölümde son olarak, Türkiye'nin kamu yönetimi yapısı incelenerek, merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimleri açıklanmaktadır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde, çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın yöntemine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Bu bağlamda; araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın soruları, araştırmanın kapsamı ve kısıtları, araştırmanın deseni, araştırmanın örnekleme ile görüşme formunun hazırlanması ve ön deneme gibi veri toplama yöntemine ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

Çalışmanın beşinci bölümünde, çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın veri toplama sürecinde toplanan verilerin analizi ve bu analizler neticesinde elde edilen bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda, her bir araştırma sorusuna yönelik farklı/benzer/karşıt katılımcı ifadeleri ile araştırmacının bu ifadelere ilişkin yorumlarına yer verilmektedir. Çalışma, ilgili yazın ve araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlara yönelik bir değerlendirme ve kamu yöneticilerinin yanı sıra gelecek araştırmalar için önerilerin yer aldığı sonuç ve öneriler bölümüyle sonlandırılmaktadır.

BÖLÜM 1: DESTİNASYON VE TURİZM DESTİNASYONU

Bu bölümde, turizmde çok önemli bir konuma sahip olan turizm destinasyonuna yönelik kavramsal açıklamalar yer almaktadır. Bu bağlamda; destinasyon ile turizm destinasyonu kavramlarının birbirinin yerine kullanılması, bir turizm destinasyonunun özellikleri, turizm destinasyonu türleri, turizm destinasyonunun paydaşları ve turizm destinasyonu olma süreci bu bölümde incelenen diğer konulardır.

1.1. Destinasyon ve Turizm Destinasyonu Kavramları

Turizm terimi, 19. yüzyılın ilk dönemlerine dayanmaktadır (Holloway, 1987: 22). Burkart ve Medlik (1988: 319) turizmi; "insanların normal olarak yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışındaki destinasyonlara yaptıkları kısa dönemli hareketleri ve bu destinasyonlardaki kalış süreleri boyunca katıldıkları faaliyetler anlamına gelmektedir." şeklinde tanımlamaktadır. Burkart ve Medlik'in turizme yönelik yaptıkları tanımda yer verilen destinasyon kavramını açıklığa kavuşturmak için turizmle ilgili çalışmalar yapan birçok araştırmacı girişimde bulunmuştur (Minguzzi, 2006: 198).

Seyahat eden insanın seyahatini sonlandıracağı yer (Anand, 1997: 40) turizm deneyimlerinin yaşanmasını olanaklı kılan coğrafi bir konum, bölge veya yöre (Alvarez, 2007: 281; Swarbrooke, 2002: 9; Vanhove, 2005: 107) gerçek ya da zihinlerde algılanan bir yer (Tekeli, 2001: 57) ve turistik aktivitelerin kaynağı olarak turisti çeken ve zamanını geçirmeyi düşündüğü ülke, bölge ve şehir destinasyon olarak tanımlanmıştır (Medlik, 2003: 165).

Özdemir (2007: 10) bir kent, resort, bölge, ülke ya da bir kıtanın destinasyon olarak kabul edilebileceğini ifade etmektedir. Burkart ve Medlik (1988: 45) insanların gittikleri herhangi bir ziyaretçi merkezini resort olarak tanımlamakla birlikte, resortların ortaya çıkışları ve gelişmeleriyle turizmin gelişmesi arasında da yakın bir ilişki olduğunu belirtmektedir.

Holloway (1987: 64) bir destinasyonun basit bir şekilde turistlerin gittiği ve kaldığı bir resort olarak tanımlanabileceğini belirttikten sonra ayrıntılı bir başka tanım daha yapmıştır. Bu tanıma göre destinasyon, "turistlerin, ziyaretlerinin başlıca amacı olarak gittikleri ve kaldıkları bir veya daha fazla yerdir." Medlik (1997: 11) ise destinasyon kavramının resort kavramından daha geniş bir alanı ifade ettiğini belirtmektedir.

Ghirelli (2013: 1) destinasyon kavramını; birbirine bağımlı ve birbirini tamamlayan birçok farklı sektörden kamu ve özel sektör kuruluşunun, bir araya gelerek birtakım ürün ve/veya hizmetin üretilerek, turist deneyiminin yaşandığı belirli bir coğrafi alan olarak ifade etmektedir.

Özdemir (2008: 3) her destinasyonun kendi içinde benzersiz olduğunu ifade etmekle birlikte, önemli olanın turizmin gelişimi ve planlanması sürecinde sahip olunan bu özelliğin değerinin bilinmesi olduğunu belirtmektedir.

Destinasyon, geçici bir süre kalma için ziyaretçileri çeken yerdir. Bu yer; kıtalardan ülkelere, eyaletlere/bölgelere, illere, kentlere ve köylere kadar geniş resort amacıyla kurulmuş alanları kapsamaktadır (Pike, 2004: 11). Öztürk (2013: 3) ise destinasyon kavramını "çeşitli amaçlarla yaşadıkları yer dışında seyahat edenlerin ziyaret ettikleri veya ilgisini çeken, içerisinde yerel ve turistik toplumun bir arada yaşadığı ve turistik kaynakların kümелendiği coğrafi bir yer" şeklinde ifade etmektedir.

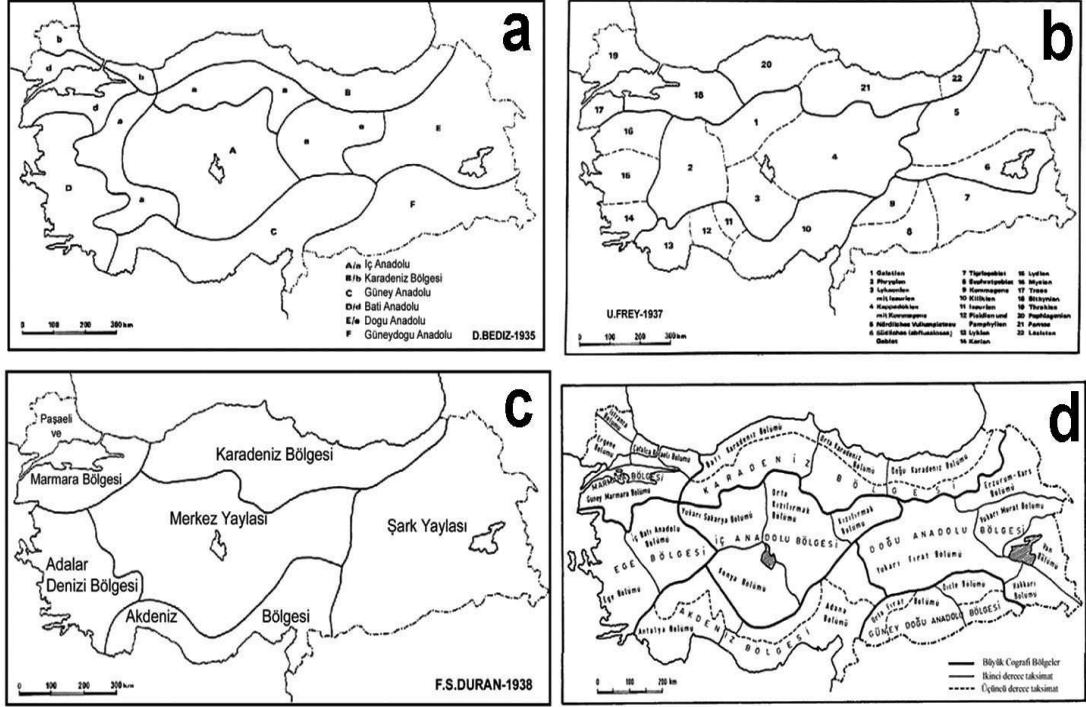
Destinasyon ve turizm destinasyonuna yönelik yapılan tanımların birçoğunda *coğrafi bir yer* ifadesinin vurgulanması nedeniyle coğrafyaya ilişkin kısa bir açıklamaya yer verilmesinin konunun anlaşılması bakımından yararlı olacağı düşünülmektedir. Gürsoy (1957: 219) yeryüzünün birbirinden farklı niteliklere sahip parçalarıyla ilgilenen coğrafya için şu açıklamayı yapmaktadır:

"Bilindiği gibi coğrafya, kısaca, yeryüzünün izahlı tasviridir. Fakat bugünün coğrafya anlayışında daha ileri gidilerek, yeryüzü parçalarının ve ezcümle ülke, bölge ve yörelerin coğrafi şahsiyetleri ortaya konulmaktadır. Yeryüzünün birbirinden farklı vasıflar gösteren coğrafi birliklerini ayırmak, farklı olan taraflarını ve birbirleriyle olan münasebetlerini tebarüz ettirmek, yani onların şahsiyetlerini belirtmek, bugünkü mânasıyla coğrafyanın, bahusus ülkeler coğrafyasının (mevzî coğrafya) başlıca hedefini teşkil etmektedir."

Özey (2003: 7) de coğrafi bölge, bölüm ve yöre kavramlarının birbirinden kesin hatlarla ayırt edilmesinin zor olduğunu ifade ettikten sonra coğrafi bölgeyi, "doğal, beşeri ve iktisadi özellikleriyle diğer yerlerden ayrılan, fakat kendi sınırları içer[i]sinde benzerlikler gösteren alandır."; coğrafi bölümü, "aynı bölge içinde bazı özellikleriyle ayrılan bu gibi alanlar"; coğrafi yöreyi ise, "Bir bölüm içinde, ayrıntıda daha az farklılık gösteren alanlara da yöre diyebiliriz." şeklinde açıklamaktadır.

Haziran 1941'de Milli Eğitim Bakanlığının girişimleriyle Ankara'da toplanan Birinci Coğrafya Kongresinde bugün kullanılan yedi coğrafi birlik Akyol, Louis, Darkot ve

Selen tarafından tespit edilmiştir. Bölgeler seçilirken göz önüne alınan esaslar ve her bölgenin kısa bir tasviri rapor halinde sunulmuş ve sınırları Şekil 1'de Türkiye haritası üzerinde gösterilmektedir (Yiğit, 2006: 35).



Şekil 1: 1941 Öncesi Bazı Bölge Ayrımları ve 1941 Ayrımı
Kaynak: Yiğit, 2006: 35.

Gürsoy (1957: 229) Birinci Coğrafya Kongresi'nde yapılan sınıflandırmaya göre mıntaka, bölge ve yöre kavramlarını:

- **Mıntaka:** Türkiye'nin büyük coğrafi bölgeleri
- **Bölge:** Coğrafi bölgelerin ikinci derece taksimatı
- **Yöre:** Coğrafi bölgelerin üçüncü derece taksimatı

şeklinde açıkladıktan sonra bunların haricinde saha, kuşak, çevre, civar gibi birçok kavramın da akla gelebileceğini ifade etmektedir. "Bölge kavramını kesin çizgilerle açıklayan ve sınırlayan bir tanım olmamasına karşılık, bölge homojen bir karaktere sahip, fiziki, kültürel veya fonksiyonel bir birliği olan, bu özellikleri ile çevresindeki alanlardan ayırt edilebilen farklı bir ünite olarak ifade edilebilir (Yiğit, 2000: 516)."

Destinasyon kavramı; kıta, ülke, bölge, kent, şehir, eyalet, köy, alan, bölüm, resort, il, yöre, bucak ve mahal gibi birçok kavram ile coğrafi bir yer olarak ifade edilmektedir. Türk Dil Kurumu'nun Güncel Türkçe Sözlüğü'nde bu kavramlara ilişkin tanımlar Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1
Destinasyon Anlamında Kullanılabilecek Kavramlar

Kavram	Açıklama
Destinasyon	Varılacak olan yer
Yer	1. (İsim) Bir şeyin, bir kimsenin kapladığı veya kaplayabileceği boşluk, mahal, mekân. 2. Gezinilen, ayakla basılan taban. 3. Bulunulan, yaşanılan, oturulan bölge. 4. Durum, konum, vaziyet. 5. Ülke. 6. Görev, makam. 7. Önem. 8. İz. 9. Üzerine yapı kurulmaya elverişli arazi, arsa. 10. Ekime elverişli toprak parçası, arazi. 11. Bir olayın geçtiği veya geçeceği bölüm, alan, mahal. 12. Otel, motel vb.nde kalınacak oda. 13. (Coğrafya) Yerküre. 14. Durum, konum.
Mekân	1. (İsim) Yer, bulunulan yer. 2. Ev, yurt. 3. (gök bilimi) Uzay.
Alan	1. (İsim) Düz, açık ve geniş yer, meydan, saha. 2. Orman içinde düz ve ağaçsız yer, düzlük, kayran. 3. Yüz ölçümü. 4. Eski Roma'da açık hava gösterisi yapılan geniş yer. 5. Bir çalışma çevresi. 6. (Fizik) İçinde birtakım kuvvet çizgilerinin yayılmış bulunduğu varsayılan uzay parçası. 7. (Sinema, TV (***)) Bir alıcı merceğinin net bir görüntü sağlayabildiği derinlik ve genişliğin bütünü. 8. (Spor) Yarışmaların, karşılaşmaların ve oyunların yapıldığı yer, saha.
Mahal	1. (İsim) Yöre.
Yöre	1. (İsim) Bir bölgenin belli bir yer ve çevresini kapsayan sınırlı bölümü, havali, mahal, civar.
Yerleşim Alanı	1. (İsim, coğrafya) Yerleşim merkezi.
Nahiye	1. (İsim) Bucak. 2. Bölge.
Bucak	1. (İsim) Kenar, köşe, yer. 2. İlçelerin, bir müdürle yönetilen bölümlerinden her biri, nahiye.
Köy	1. (İsim) Yönetim durumu, toplumsal ve ekonomik özellikleri veya nüfus yoğunluğu yönünden şehirden ayırt edilen, genellikle tarımsal alanda çalışılan, konutları ve öteki yapıları bu hayata uygun yerleşim birimi, köylük yer, köy yeri. 2. Köy halkı.
Kasaba	1. (İsim) Şehirden küçük, köyden büyük, henüz kırsal özelliklerini yitirmemiş olan yerleşim merkezi, belde.
Şehir	1. (İsim) Nüfusunun çoğu ticaret, sanayi, hizmet veya yönetimle ilgili işlerle uğraşan, genellikle tarımsal etkinliklerin olmadığı yerleşim alanı, kent, site.
Kent	1. (İsim) Şehir. 2. Site.
Mıntıka	1. (İsim) Bölge.
Belde	1. (İsim) İlçeden küçük, belediye ile yönetilen yer.
İlçe	1. (İsim) Yönetim bakımından yurt bölümlemesinde ilden sonra gelen bölüm, kaymakamlık, kaza.
İl	1. (İsim) Ülkenin vali yönetimindeki bölümü, vilayet. 2. Şehrin niteliklerini taşıyan büyük yerleşim yeri. 3. Ülke, yurt. 4. (Tarih) Eski Türklerde devlet.
Bölge	1. (İsim) Sınırları idari, ekonomik birliğe, toprak, iklim ve bitki özelliklerinin benzerliğine veya üzerinde yaşayan insanların aynı soydan gelmiş olmalarına göre belirlenen toprak parçası, mintıka. 2. Vücut yüzeyinde sınırları belli herhangi bir bölüm, nahiye.
Bölüm	1. (İsim) Bir bütünü oluşturan parçaların her biri, kısım. 2. Bir kuruluşun yönetim birimlerinden her biri, departman, seksiyon. 3. Çağ, devir. 4. (Biyoloji) Canlıların bölümlenmesinde filumların bir araya gelmesiyle oluşan birlik. 5. (Eğitim bilimi) Bir okul veya üniversitenin herhangi bir bilim ve uzmanlık dalında eğitim sağlayan birimlerinden her biri, departman. 6. (Matematik) Bölme işlemi sonunda elde edilen sayı.
Ülke	1. (İsim) Bir devletin egemenliği altında bulunan toprakların tümü, diyar, memleket. 2. Devlet. 3. Bir özelliği ön plana çıkarılarak düşünülen bölge.
Memleket	1. (İsim) Bir devletin egemenliği altında bulunan toprakların bütünü, ülke. 2. Bir kimsenin doğup büyüdüğü yer, şehir, yurt. 3. İklim ve üretim bakımından ele alınan bölge.
Diyar	1. (İsim) Ülke. 2. Dünya. 3. Bazı nitelik veya değerleri taşıyanların çok bulunduğu yer, yurt.

Tablo 1 (Devamı)

Yurt	1. (İsim) Bir halkın üzerinde yaşadığı, kültürünü oluşturduğu toprak parçası, vatan. 2. Memleket. 3. Bakıma ve barınmaya muhtaç bir grup insanın oturduğu, yetiştirildiği veya bakıldığı kurum. 4. Göçebe Türklerin oturduğu çadır. 5. Öğrencilerin kaldığı, barındığı yer. 6. Diyar. 7. Bir şeyin ilk veya çok yetiştirildiği yer, vatan. 8. Yörüklerin yazın veya kışın oturdukları yer. 9. Sahip olunan arazi, emlak.
Kıta	1. (İsim, coğrafya) Yeryüzündeki altı büyük kara parçasından her biri, ana kara. 2. (Askerlik) Askerlerin bir komutanın emrinde bir araya gelmesinden oluşan birlik. 3. (Edebiyat) Dörtlük. 4. Parça, tane.
Dünya	1. (İsim) Üzerinde yaşadığımız toprak ve denizler, yeryüzü. 2. Dış, çevre, ortam. 3. İnançları bir olan ülke veya insanlar topluluğu. 4. Meslek veya iş birliği içinde bulunan kimseler, camia. 5. (Zamir) Herkes. 6. Duygu, düşünce ve hayal âlemi. 7. (Özel, isim, gök bilimi) Güneş'e yakınlık bakımından üçüncü gezegen, acun.
Gezegen	1. (İsim, gök bilimi) Güneş çevresinde dolanan, ondan aldıkları ışığı yansıtan gök cisimlerinin ortak adı, seyyare, planet.
Uzay	1. (İsim, gök bilimi) Bütün varlıkların içinde bulunduğu sonsuz boşluk, feza, mekân. 2. Bütün gök cisimlerinin içinde bulunduğu sınırsız boşluk.
Evren	1. (İsim, gök bilimi) Gök varlıklarının bütünü, kâinat, cihan, âlem, kozmos. 2. Düzenli ve uyumlu bir bütün olarak düşünülen bütün varlıklar. 3. Büyük yılan. 4. Kişinin içinde yaşadığı, ilişkide bulunduğu ortam.
Kâinat	1. (İsim, gök bilimi) Evren. 2. Dünya. 3. (Zamir) Herkes.

Kaynak: www.tdk.gov.tr, 09.04.2014.

Özey (2003: 1-6) kâinatı ve evreni, henüz sonu olmadığı düşünülen bir ağ; ülkeyi, "bir devletin hakimiyeti altında bulunan toprak, vatan."; kıtayı, "Etrafı büyük okyanus ve denizlerle çevrili büyük kara parçalarına kıta adı verilir." şeklinde tanımlamaktadır. Yiğit (2006: 33) bölge, coğrafya biliminin dayandığı temel kavramlardan bir tanesidir ve coğrafyayla ilgili her yaklaşım, bölge kavramıyla yakın ilişki içerisindedir tespitini yaptıktan sonra bölge hakkında şu tanımlı yapmaktadır: "Genel olarak bölge ile, mekansal bir bütünün belirli nitelikler bakımından bağdaşık olan bir parçası tarif edilmektedir. ... Ancak mekânsal olarak bakıldığında, bir bütünün parçası olarak bölgelerin kendi içlerinde de farklılıklar barındırması ve alt bölgelere ayrılması mümkündür."

Diğer taraftan, turizm ile öne çıkan bir yeri ifade etmek için destinasyon kavramı yerine turizm destinasyonu, turist destinasyonu, turistik destinasyon, turistik yöre, turistik bölge gibi kavramlarda kullanılmaktadır. Örneğin, Wanhill (1997: xi) Fransa, İspanya, İtalya, Avusturya, Birleşik Krallık, Almanya ve Macaristan'ın Avrupa'daki önemli turist destinasyonları olduğunu ifade ederken turist destinasyonu kavramını kullanmaktadır. Butler (1997: 11) ise "The Concept of Carrying Capacity for Tourism Destinations: Dead or Merely Buried?" adlı çalışmasının başlığında turizm destinasyonu ifadesini kullanmaktadır. Todd (2001: 9) dünyanın önde gelen turizm destinasyonlarını ele

alırken "The ranking of tourism destination countries is different" destinasyon kavramı yerine turizm destinasyonu kavramını kullanmıştır.

16 Mart 1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 2 nci bölümünün 4 üncü maddesinde "Turizm bölgeleri, turizm alanları ve turizm merkezlerinin tespitinde; ülkenin doğal, tarihi, arkeolojik ve sosyo-kültürel turizm değerleri, kış, av ve su sporları ve sağlık turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyeli dikkate alınır." ifadesinin yanı sıra 1 inci bölümün 3 üncü maddesinde "turizm bölgeleri", "turizm alanları", "turizm merkezleri" ibareleri de şöyle tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, 1982: 17635):

b) Turizm Bölgeleri: Sınırları Bakanlığın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararı ile tespit ve ilan edilen bölgeleri,

c) Turizm Alanları: Turizm bölgeleri içinde öncelikli geliştirilmesi öngörülen, mevkii ve sınırları Bakanlığın önerisi, Bakanlar Kurulu kararı ile tespit ve ilan edilen doğal veya sosyo-kültürel değerlerin yoğunlaştığı alanları,

d) Turizm Merkezleri: Turizm bölgeleri içinde veya dışında, yeri, mevkii ve sınırları Bakanlığın önerisi, Bakanlar Kurulu kararı ile tespit ve ilan edilen, turizm yönünden önem taşıyan yerleri veya bölümlerini ifade eder.

Tunç ve Saç (1998: 49) destinasyon kavramı yerine turistik yöre kavramını kullanmış ve "Turistik değerler bakımından (doğal, kültürel vb.) çekim gücü oluşturan yerlerdir." şeklinde tanımlamıştır. Olalı'ya (1983: 133) göre "Turistik yöre, turizm bakımından güçlü çekim elemanlarına (turizm verileri) turistik donatıma sahip bulunan, turizm verileri nedeniyle önemli boyutta turizm hareketlerine hedef olan yerdir."

Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan Turizm İstatistikleri için Uluslararası Öneriler başlıklı raporda, turizm ile ilgili temel kavramların açıklamalarının bulunduğu bir ek bulunmaktadır. Bu ekte turizm destinasyonu için; "bir turizm seyahatinin başlıca/ana unsuru" kavramı kullanılmış ve "seyahata çıkma kararı verilmesinin merkezinde bulunan, ziyaret edilen yer" şeklinde tanımlanmaktadır (UNWTO, 2010b: 95).

Yavuz ve Karabağ (2009: 122) turizm destinasyonlarını; turizme açılan kentler, yöreler, bölgeler ve yerler olarak adlandırmaktadır. Özdemir (2007: 1) ise "Bir turizm destinasyonu; sahip olduğu çeşitli turizm kaynakları ile turistleri çeken ve yoğun olarak turist ziyaretine ev sahipliği yapan pek çok kurum ve kuruluşun sağladığı doğrudan veya dolaylı turizm hizmetlerinin bütününden oluşan karmaşık bir üründür." şeklinde tanımlamaktadır.

Burkart ve Medlik (1988: 46) turist tarafından ziyaret edilen bir köy, kasaba, ilçe, şehir, bölge, ada, ülke ve kıta gibi her bir coğrafi birimin turist destinasyonu olarak tanımlanabileceğini ifade etmektedir. Yoon (2002: 2) turizm destinasyonunu, sosyal-doğal kaynaklar, kültür, ulaştırma, tesisler, hizmetler ve diğer altyapı unsurları ve çekiciliklerinden oluşan çok yapılı turizm sistemi içerisinde önemli bir yere sahip olarak nitelendirdikten sonra, turistler tarafından ziyaret edilen turist alan bölge olarak tanımlamaktadır.

Raina'ya (2005: 135) göre turizm destinasyonu, birbiriyle ilişkili ve bağımlı olan ürün ve hizmetler ile işletmeler bileşiminin meydana geldiği yerlerdir. Rızaoğlu (2004: 129) turizm destinasyonlarını, turistik yöre olarak ifade ettikten sonra; "... turistik yöreler, insanın düşlerini gerçekleştirebileceğini umduğu çekim yerleridir." şeklinde tanımlamaktadır.

24/7/2003 tarihli ve 4957 sayılı Turizmi Teşvik Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun'un 8. Maddesiyle, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nda geçen "turizm bölgeleri" ve/veya "turizm alanları" ve/veya "turizm merkezleri" ibareleri; "kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri" olarak değiştirilmiş ve 2 nci bölümünün 4 üncü maddesinde "Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinin tespitinde; ülkenin doğal, tarihi, arkeolojik ve sosyo-kültürel turizm değerleri, kış, av ve su sporları ve sağlık turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyeli dikkate alınır." ifadesiyle birlikte, ilgili kanunun 3 üncü maddesinde şöyle tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2003a: 25186):

b) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri: Tarihî ve kültürel değerlerin yoğun olarak yer aldığı ve/veya turizm potansiyelinin yüksek olduğu yöreleri korumak, kullanmak, sektörel kalkınmayı ve plânlı gelişimi sağlamak amacıyla değerlendirmek üzere sınırları Bakanlığın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararıyla tespit ve ilân edilen bölgeleri,

d) Turizm Merkezleri: Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri içinde veya dışında, öncelikle geliştirilmesi öngörülen; yeri, mevki ve sınırları Bakanlığın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararıyla tespit ve ilân edilen, turizm hareketleri ve faaliyetleri yönünden önem taşıyan yerleri veya bölümlerini,

j) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Alt Bölgesi: 1/25.000 veya daha alt ölçekli plân ile belirlenen, içinde turizm türleri ile kültür, eğitim, eğlence, ticaret, konut ve her türlü teknik ve sosyal alt yapı alanlarından bir veya daha fazlasını kapsayan, kendi içinde alt alanlara ayrıştırılabilen arazileri,

Beirman (2003: 3) bir turizm destinasyonunu, pazarlanan veya kendisini turistlerin ziyaret etmesi için pazarlayan bir ülke, eyalet, bölge, şehir veya kasaba olarak

tanımlamaktadır. Öztürk (2013: 4) coğrafi bir yer olarak değerlendirilen destinasyon kavramının "turistik mal ve hizmetlerin ve özellikle yerel bazda elde edilen turistik deneyimlerin birleşiminden oluşan çok boyutlu ve algısal bir kavram" şeklinde de görülebileceğini ifade etmektedir.

Olalı (1990: 85) ise, turizmde dinamik elaman olan seyahatin hedefi olarak gördüğü yerleri; turistik mahal ve turistik bölge olarak adlandırdıktan sonra bu kavramları şöyle ifade etmektedir:

Turistik mahal; toplum bireyleri için güçlü çekim elemanlarına, ulaşım olanaklarına, turistik donatıma sahip bulunan, bu veriler nedeniyle önemli boyutta turistik seyahatlerin hedefi olan; dış görünümüyle kısa sürede gerek arazi kullanım biçimi ve amaçları, konut şekli, gerekse ekonomik ve hizmet sektörleri, istihdam olanakları değişen ve gelişen; sayısal ölçekler açısından gelirlerin çoğunlukla turistik faaliyetlerden kaynaklandığı, yabancı gecelemleri büyük boyutlara ulaşan ya da günübirlikçiler tarafından yoğun biçimde ziyaret edilen yerdir.

Turistik bölge; turizm tarafından etkilenmiş bir görünüme sahip bulunan, turizm coğrafyası açısından bir mekân ünitesi oluşturan, ekonomik yapısı ve yaşamı turizmin etkilerini taşıyan yöredir.

Turizm kentleri; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgesi olarak ilan edilmiş yerlerde, plan kararlarıyla sınırları belirlenmiş ve müstakilen belgelendirilebilen türlerin bir veya birkaçıyla birlikte kültür, eğitim, eğlence, ticaret, konut ve her türlü teknik ve sosyal altyapı alanlarından bir veya daha fazlasını kapsayan, tek bir ana yatırımcıya tahsis edilen yerleşimlerdir (Resmi Gazete, 2005: 25852).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 adlı raporda; mevcut turizm **alan**larının rehabilitasyonu, turizm gelişim **bölgeleri**, turizm gelişim **koridor**ları, turizm **kent**leri ve eko-turizm **bölgeleri** olmak üzere beş farklı ifade kullanıldıktan sonra bu ifadeler şöyle açıklanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 27-34):

Mevcut Turizm Alanlarının Rehabilitasyonu: “Kitle turizminin yoğun olarak geliştiği alanların altyapısının öncelikli olarak ele alınarak güçlendirilmesi ve bu bölgelerdeki turizm sezonunun tüm yıla yayılabilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması”

Turizm Gelişim Bölgeleri: “Varış noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla ili kapsayan turizm gelişim bölgelerinde yerel ve bölgesel kalkınmada turizmin güçlü bir araç olarak kullanılması”

FRİGYA Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

TROYA Kùltür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi
APHRODİSYA Kùltür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi
SÖĞÛT Kùltür Turizmi Gelişim Bölgesi
KAPADOKYA Kùltür Turizmi Gelişim Bölgesi
GÖLLER BÖLGESİ Eko-turizm Gelişim Bölgesi
HİTİT Kùltür ve Turizm Gelişim Bölgesi
URARTU Kùltür ve Turizm Gelişim Bölgesi
GAP Kùltür ve Turizm Gelişim Bölgesi

Turizm Gelişim Koridorları: "Belli bir güzergahın doğal ve kültürel dokusunun yenilenerek belli temalara dayalı olarak turizm amacıyla geliştirilmesi"

Zeytin Koridoru
Kış Koridoru
İnanç Turizmi Koridoru
İpek Yolu Turizm Koridoru
Batı Karadeniz Kıyı Koridoru
Yayla Koridoru
Trakya Kùltür Koridoru

Turizm Kentleri: "Dünya ile yarışabilen markalaşan turizm yerleşmelerinin planlanması"

İğneada – Kızılköy Eko-Turizm Kenti
Kilyos Turizm Kenti
Saros Körfezi Turizm Kenti
Kapıdağ Yarımadası – Avşa – Marmara Adaları Turizm Kenti
Datça Eko-Turizm Kenti
Kaş - Finike Turizm Kenti
Anamur Kıyı Kesimi Turizm Kenti
Samandağ Turizm Kenti
Maçka Turizm Kenti
Kahta Turizm Kenti

Eko-turizm Bölgeleri: "Doğa temelli turizmin planlı gelişimi"

Karadeniz Bölgesinde yer alan Bolu, Zonguldak, Bartın, Kastamonu ve Sinop illerini kapsayan bölge, Antalya'nın iç kesimlere doğru doğusu, Torosların eteklerinde Antalya ve Mersin'in birleştiği alanlar ve GAP Koridoru ile Kış

Koridorunu birleştiren “GAP Eko-Turizm Koridoru” biyolojik çeşitlilik açısından ve eko-turizm potansiyeli açısından Türkiye Turizm Stratejisinde öncelikle eko-turizmin geliştirileceği bölgeler olarak belirlenmiştir.

Mevcut turizm **alan**larının rehabilitasyonu, turizm gelişim **bölgeleri**, turizm gelişim **koridor**ları, turizm **kent**leri ve eko-turizm **bölgeleri** olarak belirtilen bu kavramlar, turistler tarafından ziyaret edilecek yerleri tarif edebilmek amacıyla kullanılmaktadır. Turizm gelişim bölgeleri başlığı altında ifade edilen varış noktası da yine bu bağlamda kullanılan başka bir terimdir. Türk Dil Kurumu'na ait Güncel Türkçe Sözlük tarandığında ise; turizm destinasyonu, turizm bölgesi, turizm alanı, turizm yöresi ve turistik destinasyon, turistik mahal, turistik yer, turistik yöre, turistik mekan gibi kavramlara ilişkin herhangi bir ifade bulunmamaktadır (tdk.gov.tr, 09.04.2014).

Basit bir tanımla turistler tarafından ziyaret edilmeyen bir yer turizm destinasyonu değildir (Howie, 2003: 73). Bir turizm destinasyonuna iki perspektiften bakılabilir: turistler için bir çekicilik unsuru olan ürün ve hizmetler setinin olduğu talep tarafı ve belirli bir alanda birbiriyle bağlantılı bir arz sisteminin olduğu arz tarafı (Capone, 2006: 20).

Holloway (1987: 17) uluslararası turizm pazarını analiz ederken ülkeleri ikiye ayırmaktadır. Birincisi, turist kaynağı olan ülkeler. İkincisi ise, turistleri çeken ve "destinasyon", "çeken" veya "ev sahibi" şeklinde bilinen ülkeler. İngiltere gibi birkaç ülke ise hem turist kaynağı hem de turist çeken ülke olarak her iki kategoride yer alabilir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü bir turizm destinasyonunu "Yerel bir turizm destinasyonu, bir turistin en az bir gün geceleme yaptığı fiziksel bir yerdir." şeklinde tanımlamaktadır (UNWTO, 2007: 1).

BM Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan tanımda dikkat çekici birkaç nokta bulunmaktadır. Bunlardan birincisi "yerel" kelimesidir. Bu kavramla, destinasyonun yerellik niteliğine vurgu yapılmakla birlikte, turizm destinasyonunun bir ülke, bölge, şehir, köy veya müstakil bir çekim merkezi de olabileceği tanımın açıklamasında belirtilmektedir. Diğer bir nokta, en az bir gün geceleme yapılmasının öne çıkarılmasıdır. Bu ifade ile gününbirlik olarak ziyaret edilen turizm destinasyonlarının göz ardı edildiği düşünülmektedir. Ayrıca, turizm destinasyonunun yerelliğine vurgu

yapan bir yaklaşımın en az bir gün geceleme koşulunu getirmesi de bir çelişki olarak düşünülmektedir. Son olarak fiziksel bir yer kavramı dikkat çekmektedir. Bu ifadeyle, bir yerin turizm destinasyonu olarak değerlendirilebilmesi, fiziksel bir alan kaplaması koşuluna bağlanmaktadır. Günümüzde her ne kadar yaygın olmasa da gelecek yıllarda, uzayda bir araç içerisinde yapılacak seyahatler ile fiziksel alan koşulunun da tartışılabilir bir hale geleceği düşünülmektedir. Bu kapsamda bakıldığında, gidilen turizm destinasyonu fiziksel bir yer değildir. Fiziksel bir alan kaplayan seyahat aracı ise, turistin gitmek istediği turizm destinasyonu değil, turist tarafından ziyaret edilmek istenen turizm destinasyonuna ulaşmasını sağlayan bir vasıta konumundadır.

1.2. Turizm Destinasyonunun Özellikleri

Bir destinasyonun (bölge, alan, vb.) turizm ile anılmasında altyapı, tesis ve girişim unsurları önemli yer tutmaktadır (Minguzzi, 2006: 202). Akbaba'ya (2012: 12) göre turistler, bir destinasyonda kaldıkları süre boyunca ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda talepte buldukları mal ve hizmetleri sunan turizm işletmelerini, altyapı olanaklarını, yerel halkın tutum ve davranışları gibi unsurları ayrı ayrı değerlendirmek yerine bir bütün olarak algılama ve değerlendirme yoluna gitmektedir. Özdemir'e (2008: 27) göre, turizm çekicilikleri, turizm işletmeleri ve altyapı unsurları bir destinasyonun kaynakları olarak belirtilebilir.

Bir yerin, turistler tarafından ziyaret edilecek bir turizm destinasyonu olarak değerlendirilebilmesi için bazı niteliklere sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda; turizm destinasyonunun imajı, turist güvenliği, turist sağlığı, doğal ve yapay çekicilik öğelerinin yanı sıra turist ihtiyaç ve isteklerinin karşılanmasına imkan tanıyan turizm endüstrisi ve altyapı olanakları öne çıkmaktadır.

1.2.1. Turizm Endüstrisi

Turizm endüstrisi, birbirini tamamlayan konaklama, ulaştırma ve seyahat işletmelerinden oluşmaktadır (Yarcan ve Peköz, 1998: 6). Olalı ve Korzay (1993: 5) turizm endüstrisini; "... kar amacı gütmeyen turizm organizasyonları, pazarlama hizmetleri, konaklama, ulaştırma hizmetleri, yiyecek ve içecek faaliyetleri, perakende satış mağazaları ve diğer çeşit etkinlikler gibi birbirinden farklı hizmet ve faaliyetleri ile şemsiye altında toplanan, koruyucu, uyarıcı ve sürükleyici bir endüstridir." şeklinde

ifade etmektedir. Middleton ve Clarke (2001: 126) destinasyon olanaklarını ve hizmetlerini şöyle sıralamaktadır:

- Konaklama üniteleri: Oteller, tatil köyleri, apartmanlar, villalar, kamp alanları, karavan parkları, hosteller, misafir evleri, çiftlikler, ortak mülkiyetler.
- Restoranlar, barlar ve kafeler: Hazır yiyeceklerin sunulduğu fast-food restoranlarından lüks restoranlara kadar çok geniş bir alan.
- Destinasyondaki ulaşım: Taksi, otobüs, araba kiralama, bisiklet kiralama, kış destinasyonlarında kayak asansörleri.
- Spor ve hobi aktiviteleri: Kayak okulları, yelkenli okulları, golf klüpleri, sanatsal ve doğa çalışmalarının yapılabileceği merkezler.
- Diğer olanaklar: Dil okulları, sağlık klüpleri.
- Perakende outlet: Dükkânlar, seyahat acentaları, hediyelik eşyalar, kamp malzemeleri.
- Diğer hizmetler: Danışma hizmetleri, ekipman kiralama, turizm polisi.

Turizm endüstrisi, bir turizm destinasyonuna gelen ziyaretçinin ihtiyaç ve isteklerini karşılayacak turistik ve destekleyici ürün ya da hizmeti sunmaktadır. Turistik ürün, turistin destinasyona ulaşma ve destinasyonda kalış süresince satın aldığı her şeydir (Burkart ve Medlik, 1988: 48). Turizm ürününü oluşturan beş ana unsur bulunmaktadır (Middleton ve Clarke, 2001: 125):

- Destinasyon çekicilikleri ve çevresi,
- Destinasyon olanakları ve hizmetleri,
- Destinasyona ulaşılabilirlik,
- Destinasyonun imajı,
- Tüketici fiyatı.

Olalı (1990: 139-141) “Turistik ürün, turistin seyahat ve geçici konaklamasından doğan ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte olan mal, hizmet veya mallar ve hizmetler karışımı ya da her ikisinin birden karışımından oluşan tüm kapasitedir.” şeklinde tanımladığı turistik ürünün özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

- Turistik ürün, ulaşım, konaklama, yeme, içme, eğlence gibi birçok hizmetin bileşimidir,

- Turistik ürünü oluşturan hizmetleri genel olarak turist birleştirir,
- Turistik ürünü oluşturan hizmetler turist tarafından kombine edildiğinden, herkese uygun bir turistik ürün meydana getirmek güçtür,
- Turistik mallar genel olarak objektif (somut) ürünler değil, sübjektif (soyut) nitelikte hizmetlerdir,
- Turistik hizmetler makineleşmeye ve otomasyona elverişli olmayıp insanlar tarafından gerçekleştirilir,
- Turistik ürün insanlar tarafından üretildiğinden, standart bir kaliteye ulaştırılması güç olan bir üründür,
- Turistik ürünün kullanımında müşteri, doğrudan doğruya ürünün üreticisi ile karşı karşıya gelir,
- Hizmetleri insanlar gördükleri için, turistik ürünün işe yaramaz duruma gelmesi kolaydır,
- Turistik ürünler depo edilemez,
- Turistik ürün arzının isteğe göre uydurulması çok güçtür, esnek değildir,
- Turistik ürün üretimi ve tüketimi aynı anda olur. Çok kez ürün önce satılır, sonra üretilir ve daha sonra tüketilir,
- Turistik ürün, üretildiği yerde tüketilir,
- Turistik ürün, ürünü yaratan kişiler ve kuruluşlar arasında çok sıkı bir işbirliğini zorunlu kılar.

Leask'e (2008: 11) göre, bir yerin turizm destinasyonu olarak gelişmesi turistik çekiciliklerin bulunması kadar turizm endüstrisinin durumuna da bağlıdır. Turizm hareketliliği başlıca yedi ekonomik aktiviteyi kapsamaktadır (Costa, 2006: 241):

- Konaklama
- Yiyecek ve İçecek
- Ulaştırma
- Aracılar, tur operatörleri, seyahat acentaları ve turist rehberleri
- Araba kiralama
- Kültürel hizmetler
- Eğlence ve dinlenme aktiviteleri.

TURİZM ENDÜSTRİSİ

Kar Amacı Gütmeyen Organizasyonlar	Pazarlama Hizmetleri	Konaklama Faaliyetleri	Ulaştırma Hizmetleri	Yiyecek ve İçecek Faaliyetleri	Perakende Satış Mağazaları	Çeşitli Etkinlikler
Kamu turizm organizasyonu Turizmle ilgili organizasyonlar Turizmle ilgili vakıflar Kamu enformasyon büroları Kamu turistik finansman kuruluşları	Tur operatörleri Seyahat acentaları	Oteller Moteller Motor oteller Tatil köyleri Kampalar Pansiyonlar Hosteller Spor ve avcılık tesisleri Sağlık tesisleri	Demiryolu Denizyolu Havayolu Karayolu (otomobil) (otobüs) (motersiklet) (limozin)	Restoranlar Konaklama tesisi Yiyecek perakende satış mağazaları Otomatikler Snack bar'lar Gezi vapurları Barlar Tavernalar Kafeteryalar	Hediyelik eşya mağazaları Hatıra eşya mağazaları Alışveriş yerleri Sanat ve el işi eşyası satan mağazalar Marketler Değişik eşya satan mağazalar	Animasyon Rekreasyon Eğlence Toplantı Fuar ve Sergi İnceleme gezileri Spor karşılaşmaları Yöresel bayram Sanat Festivali Kültür şenlikleri Mevsimlik festivaller

Şekil 2: Turizm Endüstrisi

Kaynak: Olalı ve Korzay, 1993: 6.

Konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence başlıca turistik hizmetlerdir (Burkart ve Medlik, 1988: 47). Turistik ürünü meydana getiren unsurları, üç başlık altında toplamak mümkündür (Hacıoğlu, 2008: 41):

1. Bir ülkenin veya bölgenin sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi, sanatsal varlıklar ve değerler.
2. Otel, restoran, seyahat acentaları, eğlence ve spor tesisleri gibi turiste hizmet veren işletmeler.
3. Turistin yer değişimini sağlayacak taşımacılık işletmeleri.

Sosyal ve ekonomik açıdan önemli bir yere sahip olan küçük ve orta ölçekli işletmeler, turizm endüstrisinde en yaygın olan işletmeleri oluşturmaktadır (Buhalis ve Peters, 2006: 116). Küçük ölçekli turizm işletmeleri ekonomik, sosyal ve çevresel unsurlar bakımından, bir turizm destinasyonunun sürdürülebilirliğine önemli katkılarda bulunmaktadır (Akbaba, 2012: 5).

Küreselleşmenin bir turizm destinasyonu üzerindeki etkilerini; artan talep ve rekabet, işbirliği baskısının artması, ürün inovasyonu, uzmanlaşma, markalaşma ve gelecekteki hedeflere ulaşmak için gerekli yatırımları yapabilecek finansal yetersizliklere rağmen yüksek hizmet kalitesi olarak belirtmek mümkündür (Smeral, 1996; aktaran Klancnik, 2006: 60).

Teknolojik, politik ve ekonomik faktörlerde meydana gelen gelişmelerin etkisiyle yaşanan küreselleşme sürecinde; bilgili ve yetenekli insanların gittikçe artan bir şekilde diğer ülkelere gitmesi, düşük ücret-düşük eğitim düzeyi yerine düşük-ücret-yüksek eğitim düzeyi, işletmelerin yerel insan kaynakları yerine küresel insan kaynaklarından da yararlanmak istemesi gibi konularda, turizm endüstrisinde çalışanların yönetimi de etkilenmiştir (Baum, 2006: 133).

Bugünün ve geleceğin dünyasını küresel bakış açısıyla inceleyen Cetron'a (2001: 18-28) göre dünya turizmini ve ağırlama endüstrisini şekillendirecek trendler şunlardır:

- Gelişmiş dünyadaki refah artışı,
- Teknolojinin ekonomi ve topluma egemen olması,
- Gelişmiş dünyada yaşayan insanların daha uzun yaşaması,
- Zamanın, dünyanın en değerli ürünü haline gelmesi,
- Değerler ve yaşam tarzlarının değişmesi,

- Uzun dönemli öğrenmenin esas olması,
- Çevresel sorunlara karşı endişelerin artması,
- X ve ".com" jenerasyonlarının gelecekte büyük etkilere sahip olması,
- Kurum, kuruluş ve tesislerin çift taraflı dağıtım sistemine geçmesi ve
- Ürünün yerini yere bırakması.

Turizm endüstrisi küresel bir yapıya kavuşmaktadır. 1950 yılında dünya genelindeki turist varışlarında ilk 15 ülkenin payı %87 olarak gerçekleşirken bu oran 1970’te %75 ve 2000 yılında da %62’ye kadar düşmüştür (Klancnik, 2006: 59). Go ve Klooster’a (2006: 138) göre 21. yüzyılda, küresel ölçekte nasıl hareket edilmesi gerektiğinin farkında olan örgütlere ve yöneticilere ihtiyaç duyulmaktadır.

Tablo 2
Temel Turistik Ürün Arz Kaynakları ve Yardımcı Faktörler

Hizmet ve Faaliyetler
<ul style="list-style-type: none"> • Konaklama İşletmeleri • Yiyecek-İçecek İşletmeleri • Ulaştırma İşletmeleri • Havalimanları, tren ve otobüs terminalleri • Eğlence ve rekreasyon işletmeleri • Alışveriş merkezleri • Spor merkezleri • Müze, sergi ve fuarlar
Altyapı
<ul style="list-style-type: none"> • Elektrik / su • İletişim • Ulaştırma • Sağlık • Temizlik • Güvenlik
Çekicilikler
<ul style="list-style-type: none"> • Doğal güzellikler • Tarihi ve kültürel değerler • İklim • Mimari • Yöresel yemekler • Ulaşılabilirlik
Konukseverlik
<ul style="list-style-type: none"> • Arkadaşlık • Yardımseverlik • Turist şikayetlerine karşı duyarlılık
Maliyet
<ul style="list-style-type: none"> • Ödediğinin karşılığını alma • Konaklama fiyatları • Ulaştırma fiyatları • Yiyecek-İçecek fiyatları • Alışveriş fiyatları

Kaynak: İçöz ve Kozak, 2002: 17.

Konaklama İşletmeleri: Bir turizm destinasyonunda olması gereken en temel şartlardan birisi, uygun ve geniş çeşitlilikte konaklama olanağının bulunmasıdır (Howie, 2003: 97). Burkart ve Medlik (1988: 140) konaklamanın başlıca dört kategori altında sınıflandırılmış yerlerde yapılabileceğini belirtmiştir:

- 1) Konaklamanın yanı sıra diğer hizmetleri de sunan tesisler (otel, pansiyon, misafirhane);
- 2) Yeme-içme ihtiyacının turist tarafından karşılandığı tesisler (kamp, karavan, kiralık daire veya ev);
- 3) Konaklama için herhangi bir ödemenin yapılmadığı arkadaş ve akraba evleri;
- 4) Diğer konaklama tesisleri (yat, hostel, vb.).

Ziyaret amacı fark etmeksizin her bir ziyaretçi için ticari ya da yarı-ticari olarak geceleme imkânı sunan her bir tesis turizmde konaklamanın kapsamı içerisinde yer almaktadır (Middleton ve Clarke, 2001: 387). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'te (Resmi Gazete, 2005: 25852):

Otel: Asli fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir.

Moteller; yerleşim merkezleri dışında, karayolları güzergahı veya yakın çevrelerinde inşa edilen, motorlu araçlarıyla yolculuk yapanların konaklama, yeme-içme ve araçlarının park ihtiyaçlarını karşılayan en az on odalı tesislerdir.

Tatil köyleri; doğal güzellikler içerisinde, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor, eğlence ve satış hizmetlerinin de sağlandığı yaygın yerleşim düzeninde, eğimli arazilerde kottan kazanılan katlar da dâhil olmak üzere en fazla üç katlı yapılardan oluşan ve en az seksen odalı tesislerdir.

Pansiyonlar; yönetimi basit, yemek ihtiyacının idare tarafından sağlanabildiği veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkânı bulunan, en az beş odalı tesislerdir.

Kampingerler; karayolları güzergahları ve yakın çevrelerinde, deniz, göl, dağ gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle müşterilerin kendi imkânlarıyla geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları en az on ünitelik tesislerdir.

Apart oteller; mesken olarak kullanılmaya elverişli bağımsız apartman ya da villa tipinde inşa ve tefriş edilen, müşterinin kendi yeme ve içme ihtiyacını karşılayabilmesi için gerekli teçhizat ile donatılan ve otel olarak işletilen tesislerdir.

Hosteller; gençlik turizmine cevap verebilecek ve yeme-içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkânı olan en az on odalı tesisler.

Butik oteller Yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitilmiş personel ile kişiye özel hizmet verilen ve ... nitelikleri taşıyan en az on odalı otellerdir.

Yiyecek İçecek İşletmeleri: Sökmen'e (2006: 1) göre, yiyecek ve içecek endüstrisi; insanların ikamet ettikleri yer dışına farklı nedenlerle yaptıkları seyahatler ve geçici konaklamalar sürecinde yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla mal ve hizmet üreten ticari ve kurumsal işletmelerden oluşmaktadır. Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte (Resmi Gazete, 2005: 25852):

Lokantalar; tabldot, alakart veya özel yemek ve bu yemeklere uygun servisler ile yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan tesislerdir.

Kafeteryalar; süratli, temiz ve kaliteli yeme-içme hizmetinin garson servisi olmadan müşteriye sunulduğu, müstakilen belgelendirilemeyen en az elli kişilik tesislerdir.

Seyahat İşletmeleri: "...turistlere ulaştırma, konaklama, yeme-içme hizmetleri yanında yine turistlerin ihtiyaç duydukları diğer tali hizmetleri sunan işletmeler olarak tanımlanabilir (Zengin, 2009: 55)." Turizmden bahsedebilmek için tüketicilerin, ikamet

ettikleri ve çalıştıkları alanlardan bir turizm destinasyonuna seyahatlerinde gerekli olan ürün ve hizmetleri satın almaya ve bu hizmetleri düzenlemeye ihtiyaç duyarlar. Tur operatörleri ve perakencileri bu süreçte önemli rol oynayan unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Tur operatörleri, turizm ürün ve hizmetlerini tüketiciler için üreten, satan ve dağıtan birimlerdir (Page, 2009: 293).

Seyahat acentası, turizmi destekleyen ve geliştiren tüm süreçlerde anahtar ve önemli rol oynayan bir özel sektör organizasyonudur. Seyahat acentaları, ülkelerin sahip oldukları farklı çekiciliklerini bir araya getirerek, paket oluşturan ve bunu turistlere satan taraftır (Bhatia, 2002: 196). Seyahat acentaları hala seyahat ürün ve hizmetlerinin satışında lider konumundalar. Online rezervasyon da dâhil olmak üzere toplam hava seyahatlerinin %51'i, otel rezervasyonlarının %47'si, cruise rezervasyonlarının %87'si, araç kiralamalarının %45'i ve paket turların %81'i seyahat acentaları tarafından gerçekleştirilmektedir (Goeldner ve Ritchie, 2009: 191).

1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'na göre (Resmi Gazete, 1972: 14320) seyahat acentası: "Kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtası ile pazarlayabilen ticarî kuruluşu ifade etmektedir."

Burkart ve Medlik (1988: 167) perakendeci seyahat acentası ve bir seyahati paket olarak müşterilerine satan tur operatörü olmak üzere iki tür seyahat işletmesi olduğunu belirtir. Bu iki işlevin genellikle aynı şirket altında yapıldığına dikkat çekilmekle birlikte perakendeci seyahat acentasının, turistik hizmetler sunan bir otel şirketi, hava yolu şirketi, tur operatörü veya diğer işletmelerin ürünlerini belirli bir komisyon karşılığında satmakla birlikte herhangi bir sorumluluğu üstlenmediği vurgulanmaktadır. Buna karşılık bir tur operatörü ise, bir seyahat için gerekli olan tüm bileşenleri satın alarak müşterilerine paket olarak doğrudan veya bir aracı vasıtasıyla satmakta ve mali sorumluluğu da üstlenmektedir.

Ulaştırma İşletmeleri: Ulaştırma teknolojisinde yaşanan gelişmeler ve ulaştırma maliyetlerinin düşmesi, önceleri sadece elit insanlar tarafından gerçekleştirilen seyahatlerin daha geniş ve kitlesel bir pazara ulaşmasına neden olmuştur (Page, 2009: 155). Bir turizm destinasyonuna ulaşım; havayolu, karayolu, deniz ve trenyolu gibi

başlıca ulaşım imkânlarının yanı sıra yerel toplu taşıma imkânlarının da gelişmiş olması gerekmektedir (Johri, 2005: 24).

Turistlerin kullanımına sunulan ulaştırma hizmetlerinin büyük bölümü özel sektör tarafından sağlanmaktadır. Bununla birlikte bu durum, ulaştırma pazarının kontrolsüz bırakılacağı anlamına gelmemektedir. Turistler seyahat etmeyi ulaştırma işletmeleri de hizmet sağlamayı arzularken, hükümetler de ulaşım olanaklarını kolaylaştırmak, yönetmek hatta bazen sınırlamak amacıyla politikalar ve düzenleyici taslaklar hazırlamaktadır (Page, 2009: 159).

Eğlence İşletmeleri: Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'te (Resmi Gazete, 2005: 25852):

Eğlence merkezleri; bünyesinde konaklama tesisi bulunmayan, eğlence ve rekreasyon ihtiyacını karşılamak amacıyla oluşturulan, müşterinin aktif katılımının sağlandığı tesislerdir.

Temalı parklar; geleceğin dünyası, bilim, bilimkurgu, tarih, kültür, bitki ve hayvan türlerinin doğal ortamlarında yaşatılması, safari parkında veya film stüdyolarında müşteriler için katılım ve canlı izleme imkânının sağlanması, gelenek ve birikimler ile dünya coğrafyası gibi belirli bir konunun görsel ve işitsel ileri teknolojinin de yardımıyla tanıtıldığı ve müşterinin izlemesine sunulduğu eğlenceye ve bilgilendirmeye yönelik tesislerdir.

Spor tesisleri; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde, olimpik spor türlerinden en az bir tanesinin ana faaliyet olarak kurgulandığı, bunun yanında çeşitli spor dallarının uluslararası normlara uygun alanlarda gerçekleştirildiği, ayrıca bu aktivitelerin tamamlayıcı diğer bölümlerle desteklendiği tesislerdir.

Eğlence yerleri; en az seksen odalı asli konaklama tesisleri, dört ve beş yıldızlı oteller, tatil merkezleri ile turizm kentleri bünyesinde faaliyet gösterebilen, müşterinin öncelikle eğlence ihtiyacını karşılamak yanında, yiyecek-içecek servisi de yapılabilen ve müstakilen belgelendirilemeyen işletmelerdir.

Destekleyici ve Diğer İşletmeler: Özel satış mağazaları, banka şubeleri, kafeteryalar, diskotekler destinasyona gelen ziyaretçiler için vazgeçilmez özelliğe sahip diğer işletmelerden bazılarıdır (Usta, 2002: 106). Burkart ve Medlik (1988: 195) destekleyici işletmelerin, turistin bir destinasyona çekilmesinde doğrudan etkisi olmayan fakat eksiklikleri halinde, turistleri o destinasyondan uzaklaştıran unsurlar olduğunu ifade etmektedir. Sümer'e (1983) göre destekleyici işletmeler, doğrudan destekleyici ve dolaylı destekleyici işletmeler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Turistin konaklaması süresince gideceği spor tesisleri, lokantalar, hatıra eşyası ve el sanatları ürünleri gibi turistin genel ihtiyaçlarını karşılayacak ürünleri üreten işletmeler doğrudan destekleyici işletmeleri temsil ederken turistlerin tüketeceği ürünleri üreten işletmeler de dolaylı destekleyici işletmeleri temsil etmektedir.

1.2.2. Güvenlik & Sağlık

Turizm endüstrisini küresel düzeyde doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren birçok konu bulunmaktadır. Bu konuların en önemlilerinden iki tanesi sağlık ve güvenlidir. Turistlere gittikleri her yerde, sağlıklarını kabul edilemez düzeyde olumsuz etkileyecek risklerden arındırılmış ortamların sunulması bir zorunluluktur. Turist güvenliği de aynı derecede hatta daha da önemli bir konudur. Özellikle turistlerin kasıtlı olarak öldürülme, yaralanma, kaçırılma ve hırsızlık gibi eylemlerle şiddete maruz kalmaları dikkate alındığında turist güvenliğinin önemi daha da iyi anlaşılacaktır (Howie, 2003: 198).

Tablo 3

Yabancı Turistlerin Müşteki Olarak Müdahil Oldukları Asayiş Suç Türü ve Sıklığı

Suç Türü	Sıklık
Hırsızlık	587
Ölüm	24
Yaralama	70
Cinsel Saldırı	37
Fuhuş	21
Gasp	24
Emniyeti Suiistimal ve Dolandırıcılık	40
Trafik Kazası	232
Diğer	75
Toplam	1,110

Kaynak: Polat ve Aktaş Polat, 2014: 48.

Tablo 3'te 2010 yılında, İstanbul'a gelen yabancı turistlerin mağdur olarak müdahil oldukları suç türleri ve sıklıklarına ilişkin bilgiler yer almaktadır. Bu kapsamda, turistlerin en çok hırsızlık, en az fuhuş suç türlerinden dolayı mağdur oldukları görülmektedir.

Güvenlik; devletin korunması, bireylerin can ve mal güvenliğinin sağlanarak herhangi bir saldırıya maruz kalmalarının önlenmesi gibi geniş kapsamlı bir kavramdır (Gözübüyük, 2010: 46). Bir destinasyonda turizmin gelişebilmesinin ön koşulu, turistlerin can ve mal güvenliğinin sağlanmasıdır (Toskay, 1983: 80)

Güvenlik ve sağlık konusunda gittikçe artan bir bilinçlenmenin olduğunu belirten Affolter'e (2001: 245) göre, diğer her alanda olduğu gibi seyahat konusunda da tamamıyla ortadan kaldırılamayacak bazı risklerin ve tehlikelerin varlığı kabul edilmektedir. Seyahat eden kişilerin emniyetleri ve sağlıklarında; politik gelişmeler, kamu sağlığına yönelik tehditler ve doğal afetlerden dolayı herhangi bir yerde herhangi bir zamanda risk oluşturabilecek gelişmeler yaşanabilir. Bir turizm destinasyonunda turistlerin müdahil olabileceği suç türleri şunlardır (Glensor ve Peak, 2004: 1):

- Cinsel Saldırı
- Kapkaççılık
- Dolandırıcılık
- Çalıntı mal satma
- Organize ve çete saldırıları
- Kumarhane saldırıları
- Yaşlılara yönelik saldırılar
- Tatil evlerinin soyulması
- Eğlence yerlerinde hırsızlıklar
- Turistlere yönelik terör saldırıları
- Toplu taşıma araçlarında gerçekleşen saldırılar

Sağlık, toplumu oluşturan bireylerin bulaşıcı ve yaygın hastalıklardan korunmasını ifade etmektedir (Gözübüyük, 2010: 47). Barış, emniyet ve güvenlik bir destinasyonun, bölgenin veya ülkenin normal turizm gelişimi için temel koşullardır. Bu koşullar karşılanmadığı sürece, destinasyonların en çekici doğal çekiciliklerine ve en kaliteli

insan yapımı çekiciliklerine yönelik pazarlama kampanyaları yürütmeleri rekabet sürecinde yeterli olmayacaktır (Cavlek, 2006: 335).

Özdemir (1993: 11) "Turizm kaypak zeminde yapılmaktadır." ifadesiyle turizmde güvenliğin ne kadar önemli olduğuna yerinde bir tespitle vurgu yapmaktadır. Beirman (2003: 6) emniyet ve güvenlik algısını, seyahat edecek birisinin ziyaret edeceği turizm destinasyonunun tercihinde büyük bir faktör olarak ifade ettikten sonra bir destinasyonun emniyet ve güvenlik algısında etkili olan olayları beş maddede toplamaktadır:

- Uluslararası savaş, çatışma ve iç çatışmalara uzaması;
- Spesifik bir veya daha fazla terör saldırısı özellikle doğrudan turistlere yönelik yapılan veya turistleri etkileyen saldırılar;
- Büyük bir suç eylemi veya suç dalgası özellikle turistlerin hedef alındığı eylemler;
- Kentsel alanlara veya doğal çevreye zarar veren dolayısıyla, turizm altyapısını etkileyen deprem, fırtına ve volkan patlaması gibi doğal felaketler;
- İnsan sağlığı üzerinde veya turistik alanlara erişimin sınırlanmasına neden olacak hayvan sağlığını etkileyen salgın hastalık ve diğer hastalıklara yönelik endişeler.

Turistlerin emniyetlerine yönelik tehditler, belirli bir destinasyondaki turizm hareketliliğini azaltmak hatta ortadan kaldırmasının yanı sıra etrafındaki diğer bölge ve ülkelere yönelik turizm hareketliliğine de zarar vermektedir (Cavlek, 2006: 336). Bir turizm destinasyonunda turistlerin müdahil olabileceği suç türleri şunlardır (Glensor ve Peak, 2004: 1):

- Cinsel Saldırı
- Kapkaççılık
- Dolandırıcılık
- Çalıntı mal satma
- Organize ve çete saldırıları
- Kumarhane saldırıları
- Yaşlılara yönelik saldırılar
- Tatil evlerinin soyulması

- Eğlence yerlerinde hırsızlıklar
- Turistlere yönelik terör saldırıları
- Toplu taşıma araçlarında gerçekleşen saldırılar

Aktas ve Gunlu (2004: 23) dinamik bir organizma olarak, rekabetçi turizm ortamında değişen pazar eğilimlerine karşı turistlere arz edilen unsurlarda sürekli olarak düzenlemelerin yapıldığı bir turist destinasyonunun varlığını güvenceye almasının ancak, ortaya çıkan eğilimlerin detaylı analizi ve öngörülen değişikliklere göre hazırlanmış stratejik planların kullanılmasıyla mümkün olabileceğini savunmaktadır.

Polat ve Aktaş Polat (2014: 54) tarafından İstanbul'a gelen yabancı turistlerin mağdur olarak müdahil oldukları asayiş olaylarına yönelik yapılan araştırmada şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- ➔ İstanbul'a gelen her 6,135 yabancı turistten birisi bir suçtan dolayı müşteki olmuştur.
- ➔ Turistlerin müşteki olduğu suç türlerine bakıldığında, %52.9 gibi yüksek bir oranla "hırsızlık" ilk sırada yer almaktadır.
- ➔ Turistlerin müşteki olduğu suç türlerine bakıldığında, %1.9 ile "fuhuş" son sırada yer almaktadır.
- ➔ Müşteki olunan suç türü ile turistlerin gelirleri arasında bir ilişki bulunmaktadır.
- ➔ İstanbul'a gelen ve bir asayiş suçundan dolayı müşteki olan yabancı turistlerin %40.5'i kişi başına ortalama 12,000 \$ üzerinde; %36.9'u ise 6,000 \$ altında milli gelire sahip olan ülkelerden gelmiştir.
- ➔ Müşteki olunan suç türü ve turistlerin geldiği coğrafi bölge arasında bir ilişki bulunmaktadır.
- ➔ Coğrafi bölge olarak en fazla, Avrupa'dan gelen turistler müşteki olmuştur.
- ➔ Coğrafi bölge olarak en az, Okyanusya'dan gelen turistler müşteki olmuştur.
- ➔ Coğrafi alt bölge olarak en fazla, Doğu Avrupa'dan gelen turistler müşteki olmuştur.
- ➔ Coğrafi alt bölge olarak en az, Güney Afrika'dan gelen turistler müşteki olmuştur.

Pizam ve Mansfeld'e (2006: 17) göre, güvenlikle ilgili olayların gerçekleşme ve tekrarlanma sıklığı, turizm destinasyonlarında bulunan kamu yönetimi birimlerini, iki

eylemenden birisini seçmesi için zorlamaktadır. Birinci seçenek, turizm endüstrisinin yüksek risk içermesi ve kırılganlığı nedeniyle, turizmin gelişimi ve turizmi öne çıkarma faaliyetlerine kamu yönetiminin katılım düzeyini düşürmektir. İkinci seçenek ise, turizmde yaşanacak krizlerle başa çıkmaları için özel sektöre yardım etmek ve güvenlik önlemlerine yönelik büyük yatırımlar yapmaktır.

Dinamik yapıya sahip olan turizm sistemi beklenmedik olaylara maruz kalabilir (Miller ve Twining-Ward, 2006: 57). Mansfeld (2006: 278) birçok ulusal turizm örgütünün kriz yönetiminde proaktif bir yaklaşımdan ziyade reaktif bir tutum içerisinde hareket ettiklerini ve bu tür örgütlerin uzun dönemli kriz yönetimi yaklaşımlarının benimsenmesinin zorunluluğunu yeterince önemsemediğini ifade etmektedir. Toprak'a (2008: 193) göre güvenlikle ilgili yapılması gerekenler şunlardır:

- Yerel düzeyde seçilmişlerin temsilcileri, resmi görevliler, polis kuvvetleri, hukukçular, sosyal danışmanlar ve özel sektör ortaklığını kolaylaştıran ve güçlendiren oluşumları gerektirmektedir,
- Yerel güvenlik politikasının, güncelleştirilmiş yerel özelliklerin sosyal, ekonomik ve politik olduğu kadar fiziki yapısı vb tanımlayan kapsamlı istatistik ve bilgilere dayandırılması gereklidir,
- Suç istatistiklerinin, mağdur anketleri ve bu kişilerin oluşturdukları birlikler, sosyal danışmanlar ve eğitim danışmanlarından alınacak güncelleştirilmiş raporların oluşturulması önemlidir,
- Kentsel çevreyi iyileştirici önlemler alınırken, gençlere sağlık, eğlence, eğitim ve istihdam konularında olanaklar yaratmak kesinlikle suçu önleyici tedbirlerdendir,
- Etkili bir kent güvenlik politikası için, emniyet güçleri ile yerel halkın yardımlaşması gereklidir,
- Uyuşturucu karşıtı yerel politikaların oluşturulması ve uygulanmasının sağlandığı ortamlar yaratılması ile Yeşilay gibi bu konuda görev almış kurumlar teşvik edilmelidir,
- Cezaevleri, yeni suçlu tipleri yaratmaya müsait bir yapılanma gösterdiği için, hapis bir çözüm olmayıp suçların tekrarını önleyici programlar ile yaratıcılığı teşvik eden çalışmaların kentte yaygınlığı sağlanmalıdır,

- Kamusal, özel ve sivil aktörlerle Yerel Gündem 21 toplumsal projeleri bütününde yerel güvenlik politikasının temel unsuru olarak suçla karşılaşan mağdurlara toplumsal destek sağlanması akla hemen gelen önerilerdir.

Emniyet ve güven faktörleri destinasyonlar üzerinde uzun dönemli etkilere sahip olabilir. Terörizm, bir destinasyonun ziyaretçi sayısının önemli bir oranda azalmasına neden olabileceği gibi turizm endüstrisinin tamamen yok olmasına da neden olabilir (Howie, 2003: 324). Farklı sosyo-kültürel yapılara sahip toplumların turizm hareketliliği yoluyla etkileşim sürecine girmesi; yerel halk ile turistlerin çatışması, yerel halkın dilinde bozulmalar, turistlere karşı hoşgörüsüzlük ile turistlerin can ve mallarına yönelik fiziksel saldırıları doğurabilir (Polat ve Aktaş Polat, 2014: 39).

Önemli çekici öğelere ve kaliteli hizmetin sunulduğu lüks tesislere sahip olmakla birlikte sağlık ve güvenlik açısından risk taşıyan bir destinasyona yönelik talep üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir (Demir ve Çevirgen, 2006:70).

Turistin emniyeti, güveni ve sağlığı konularında, turizm endüstrisini meydana getiren konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, eğlence işletmeleri, turist kurulları ve destinasyon yöneticilerinin tamamının rol üstlenebileceği bir alan vardır (Howie, 2003: 325). Güven oluşturmada anahtar rol üstlenen taraflardan biri de medyadır. Turizmin gelişme gösteren tüm yönleriyle ilgili istatistikleri ve turizm çekiciliklerini pazarda sunarak bu güvenin oluşmasını sağlar. Diğer taraftan, sorumsuz bir medyanın bir destinasyonu yok edeceğini de unutmamak gerekir (Klançnik, 2006: 67).

1.2.3. Altyapı İmkânları

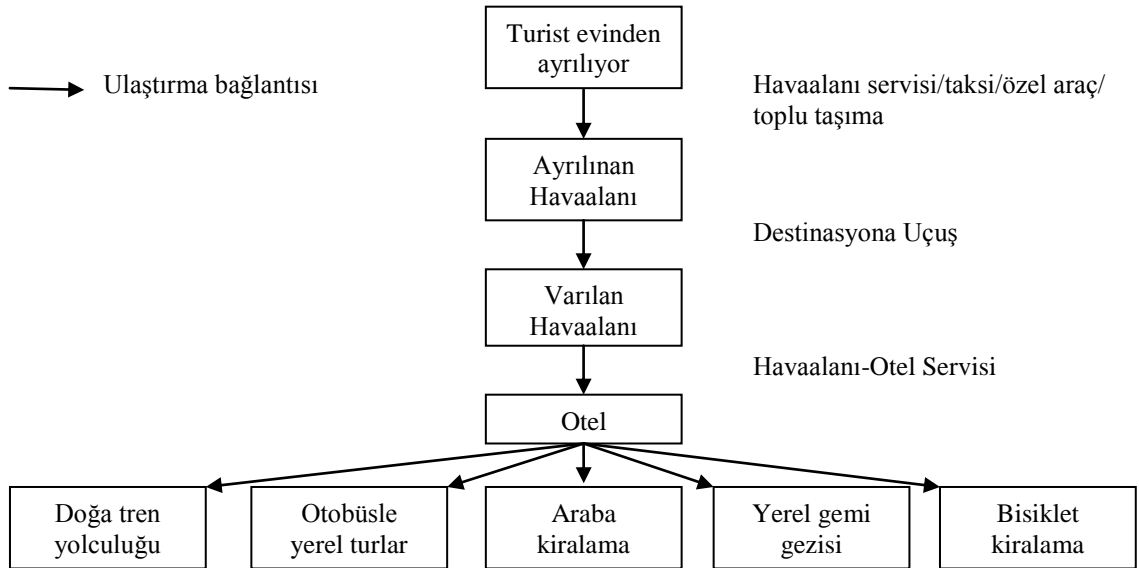
Altyapı, insanlar tarafından yaşamak için seçilen herhangi bir alanın yer altında ve yer üstünde inşa edilmiş her tür yapıyı ifade etmektedir. Yollar, park alanları, demir yolu ulaşımı, limanlar, havaalanları, su, enerji, kanalizasyon ve atık sistemi bu yapılara örnek olarak gösterilebilir (Burkart ve Medlik, 1988: 232).

Holloway (1987: 9) turistik bir destinasyonun başarısında çekiciliklerin, tesis ve imkânların yanı sıra ulaşılabilirliğin önemli rol oynadığını ifade etmektedir. Poon (2001: 152) yol, havalimanları, deniz limanları, elektrik, su ve iletişim gibi temel altyapı unsurları için yeterli yatırımın yapılmamasının Karayip ülkelerinde turizmin gelişmesini engellediğini belirtmektedir.

Seekings'e (2001: 222) göre ulaşım, sadece turizm için değil aynı zamanda ekonomi ve toplum bakımından da çok önemli bir konuma sahiptir. Bu nedenle ulaşım, her zaman politikacıların ve kural koyucuların ilgi alanı olmuştur. Yol sistemlerinin ilk kurucusu olan Roma İmparatorluğu, yolları turizm amacıyla değil stratejik nedenlerden dolayı geliştirmiştir.

Yurtiçi ve uluslararası turizmin, gelişimi ve büyümesi için yapılan tutundurma faaliyetlerinde en önemli unsur ulaştırma değildir. Ulaştırmanın; turizm destinasyonuna turistik bir geziyi kolaylaştırmak ve turizm destinasyonunda da turistin seyahatini olanaklı kılmak gibi iki temel rolü bulunmaktadır (Page, 2009: 141). Hacıoğlu'na (2008: 42) göre ulaşılabilirlik; fiziksel mesafe, zaman ve ulaşım maliyeti aracılığıyla ölçülür ve değerlendirilir.

Ulaştırma sisteminin yol, araç ve terminal olmak üzere üç bileşeni bulunmaktadır (Burkart ve Medlik, 1988: 111). Seekings'e (2001: 24-29) göre ulaşım, turizmi harekete geçiren faktör olmasının yanı sıra ulaşım olmadan turizm hareketliliği de mümkün değildir. Ulaşım faktörünün; talep, arz, hız, sıklık, konfor, güvenlik, kullanılabilirlik, pazarlama, fiyat ve araç boyutları bulunmaktadır.



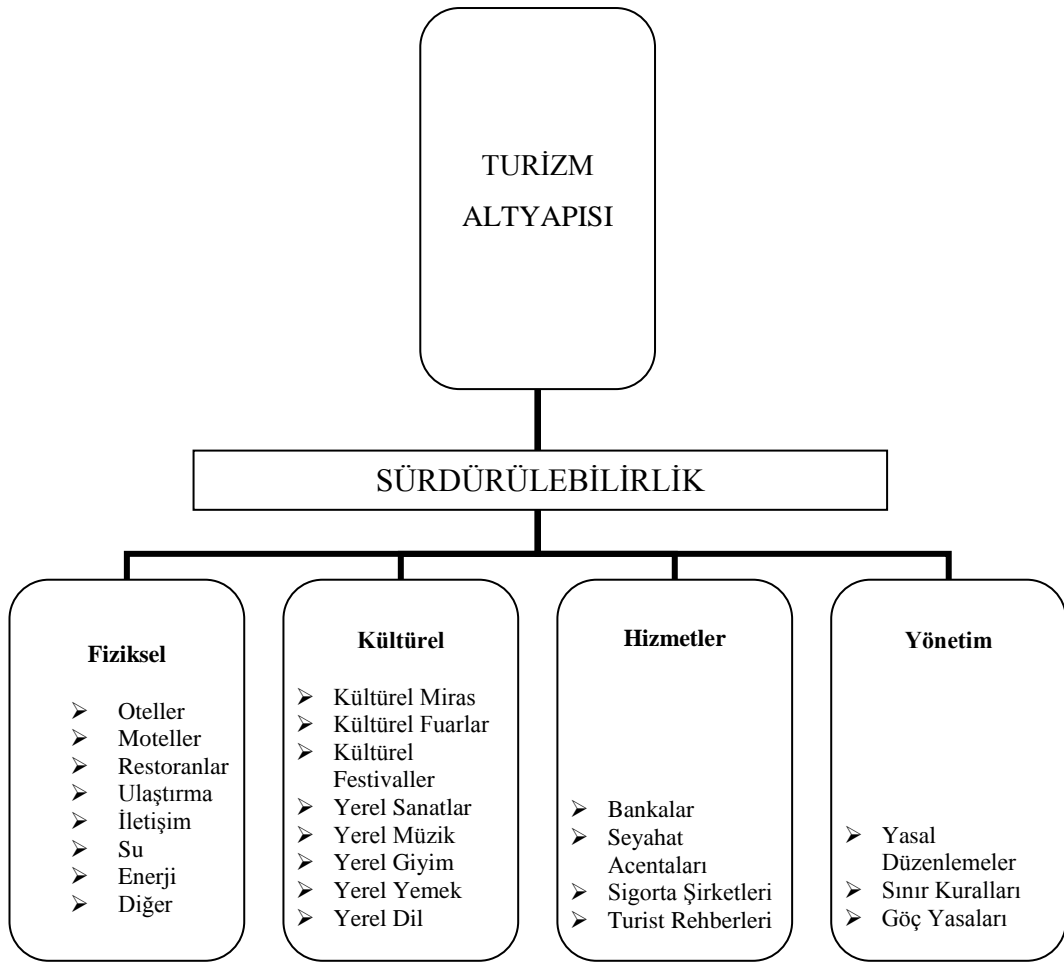
Şekil 3: Turist Seyahatinde Ulaştırmanın Rolü

Kaynak: Page, 2009: 142.

Yolcu taşımacılığı, destinasyona ulaşılabilirlikte olduğu gibi destinasyon içerisindeki yer değiştirmeler açısından da önemli bir olanaktır (Burkart ve Medlik, 1988: 47).

“Herhangi bir yerin turistik yer, turistik bölge, turistik mahal kısacası turistik bir destinasyon olarak gelişmeye başlamasının ön koşulları arasında ulaştırma durumu da yer almaktadır (Toskay, 1983: 195).”

Sümer’e (1983: 379) göre bir turizm işletmesinin etkin bir şekilde faaliyetlerini sürdürebilmesi için; kara, deniz, hava ve demiryolu ulaşım olanaklarından en az birinin turistlerin kolay ulaşımını sağlayacak şekilde gelişmiş olması, haberleşme olanaklarının gelişmiş olması, su-elektrik-kanalizasyon-ısıtma gibi altyapı hizmetlerinin yeterince gelişmiş olmasına bağlıdır.



Şekil 4: Turizm Altyapı Modeli

Kaynak: Raina, 2005: 192

Telefon, posta, kitle iletişim araçları, internet, merkezi rezervasyon sistemleri gibi haberleşme olanakları, turistler ile turizm destinasyonları arasında bir iletişim ağıyla (İçöz ve Kozak, 2002: 258) dünyanın herhangi bir yeri hakkında bilgi sahibi olan turistler, farklı destinasyonları ziyaret etme arzusu duymaktadır (Toskay, 1983: 103).

1.2.4. Çekicilikler

Turizm destinasyonlarının önemli elementleri olarak çekicilikler, tüketici tercihlerini belirleme ve potansiyel alıcıları motive edici özelliklerinden dolayı turizmde önemli rol oynamaktadır (Middleton ve Clarke, 2001: 349). Burkart ve Medlik (1988: 195) çekicilikleri; "turistin bir destinasyonu diğer bir destinasyona tercih etmesini belirleyen unsurlar" olarak tanımlamıştır.

Bir destinasyona yapılan herhangi bir ziyaret süresince turistler, güzel vakit geçirmek amacıyla birçok aktivite, olay ve organizasyona katılır. Bu nedenle çekicilikler ve aktiviteler bir turistin tatil programındaki en temel unsurlardır (Page, 2009: 132). Yoon (2002: 14) turizm çekiciliklerini, "Turizm destinasyonları tarafından turistlere sunulan birçok turistik ürün ve hizmetler" şeklinde ifade etmektedir.

Turizmde çekicilikler; bir ülke, bölge, yöre ya da turizm işletmesine turist akışını sağlayarak talep yaratan faktörlerdir. Olay ve yer çekiciliği olmak üzere iki tür çekicilik vardır. Turisti bir ülke, bölge ya da yöreye gitmesi için uyaran itici faktörler yer çekiciliği olarak adlandırılırken, turisti bir ülke, bölge ya da yöreye gitmesi için harekete geçiren olaylara ise olay çekiciliği denmektedir (Olalı, 1990: 140). Bir destinasyondaki turistik çekiciliklerden yararlanılmasında, ulusal turistlerin yanı sıra uluslararası turizm hareketliliğini de sağlayacak çeşitlilikte olması ve bu çekiciliklerin dünya genelinde etkili bir şekilde tanıtımının yapılması büyük önem arz etmektedir (Özdemir, 2008: 30).

Çekicilikler; yer çekiciliği (iklim, doğa, tarih) veya olay çekiciliği (kongre, sergi, spor organizasyonları) olmak üzere ikiye ayrılabilir. Her iki çekicilik türüne sahip olan destinasyonlar farklı yerlerde yaşayan insanlar üzerinde çekim etkisine neden olur (Burkart ve Medlik, 1988: 46). Hacıoğlu'na (2008: 41) göre, turistin gideceği bir yeri diğer yerlere tercih etmesine neden olan turizm ürünü çekicilik olarak adlandırılmasının yanı sıra yer ve olay çekiciliği olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Özdemir (2007: 18) ise turistleri çeken unsurları yer çekicilikleri, olay çekicilikleri ve anımsanması gereken deneyimler olarak belirtmektedir.

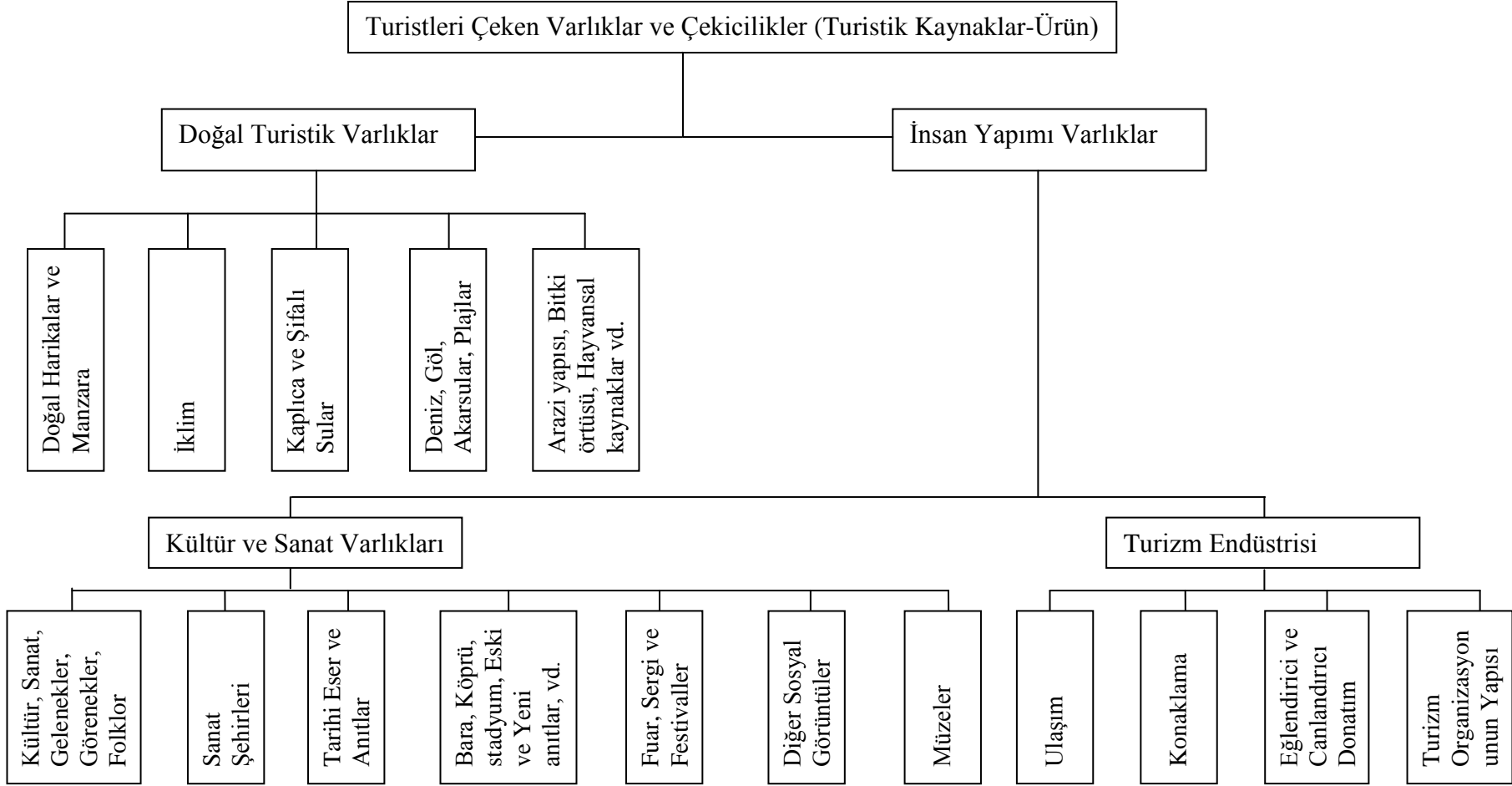
Lew'e (2002: 36) göre, hiçbir yer ya da etkinlik tek başına bir cazibe ya da çekim unsuru değildir. Cazibe ya da çekim unsurundan bahsedebilmek için bir yerde, bir nesne veya olay; bir turist veya tüketici ve nesne ya da olayın turistin ilgisini çeken bir imaja veya işarete ihtiyaç vardır. Middleton ve Clarke (2001: 353) ziyaretçiler için çekicilikleri

kategoriler halinde şöyle sıralamaktadır; antik anıtlar, tarihi binalar, belirlenmiş alan, park ve bahçeler, temalı parklar, yaban hayatı çekicilikleri, müzeler, sanat galerileri, endüstriyel arkeoloji merkezleri, temalı perakende merkezleri, eğlence ve dinlenme parkları.

Turistlerin bir destinasyonu seçmesi, gerek destinasyonun kendine özgü bir tabiatı gerekse kültürel festival nedeniyle olsun, bu kaynaklar birbiriyle ilişkilidir. Dolayısıyla bu kaynakların nasıl yönetileceği turistlerin yanı sıra yerel toplumu, bitki ve hayvan çevresini de etkileyecektir. Destinasyonlarda bulunan sosyal, kültürel ve fiziksel kaynakların turizm amacıyla kullanılması en az kaynaklar kadar çeşitlilik ve karmaşıklık gösterir (Telfer ve Hashimoto, 2006: 145).

Gunn ve Var'a (2002: 41) göre, bir destinasyonun sahip olduğu çekicilikler, turizm arz tarafının en güçlü tamamlayıcılarını oluşturmaktadır. Çekicilikler iki açıdan önemlidir: birincisi, tüketicileri seyahate yöneltmek için ikna edici, cezbedici ve harekete geçirici olmalarıdır. İkincisi ise, turist tatminini sağlamalarıdır. Howie (2003: 325) turistlerin, ziyaret ettikleri destinasyonun kültürel normlarını ve destinasyonda yaşayan toplumun davranış ilkelerini incelemek zorunda (ya da zorunda olmalılar mı?) olduklarını ifade etmektedir.

Turizm sektörünün hammaddesinin çevre olduğunu ifade eden Kozak'a (1993: 16) göre, turizmden bahsedilebilmesi için çevre olmazsa olmaz bir unsurdur. Özdemir (2008: 29) de destinasyon kaynaklarının aşırı ve özensiz kullanımı nedeniyle, kaynaklar üzerinde oluşacak zararların, turizmin geleceğini de tehlikeye atacağını ifade ettikten sonra şu tanımı yapmıştır: "Sürdürülebilirlik, bugünün uğruna yarını feda etmemektir."



Şekil 5: Turizm Arz Verileri

Kaynak: Olalı, 1990: 163.

Bir bölgenin sahip olduğu çekiciliklerin değerlendirilmesinde iklim, coğrafi konum, ulaşılabilirlik, taşıma kapasitesi, turistik önem ve bölgenin tanınımlılığı önemli faktörlerdir (İçöz vd., 2009: 174). “Taşıma kapasitesi, kaynaklara negatif etki yapmadan, ziyaretçi tatminini düşürmeden veya yöre toplumu ekonomisi ve kültürü üzerine istenmeyen etkiye neden olmayan maksimum kullanım olarak tanımlanabilir. (Avcı, 2007: 496)”

1.2.5. İmaj

Cavlek'e (2006: 350) göre imaj; bir destinasyon ve/veya işletme tarafından stratejik tutundurma faaliyetleriyle oluşturulan uyarılmış imaj ve kitle iletişim araçları ve sözde tarafsız diğer bilgi kaynakları vasıtasıyla oluşturulan organik imaj olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Pike'e (2004: 109) göre; "Bir destinasyonun imajı, tüketicinin kafasında bulunan marka çağrışımlarının bir repertuarıdır."

Dünya genelindeki tüm turizm destinasyonları sıklıkla imaj krizleriyle karşılaşmaktadır. Suç dalgaları, terörist saldırıları, ırklar arası çatışmalar, salgın hastalıklar ve deprem, fırtına, sel gibi doğal felaketler ulusal ve uluslararası medyada geniş yer bulmaktadır (Avraham, 2006: 233). Medyada, sürekli olarak belirli bir destinasyon hakkında çıkan olumsuz haberler, o destinasyona yönelik olumsuz bir imaj algısına neden olmaktadır (Cavlek, 2006: 344). Bir turizm destinasyonunun imajı olumlu veya olumsuz olabileceği gibi gerçekte ise genellikle her ikisi birlikte olmaktadır (Pike, 2004: 98).

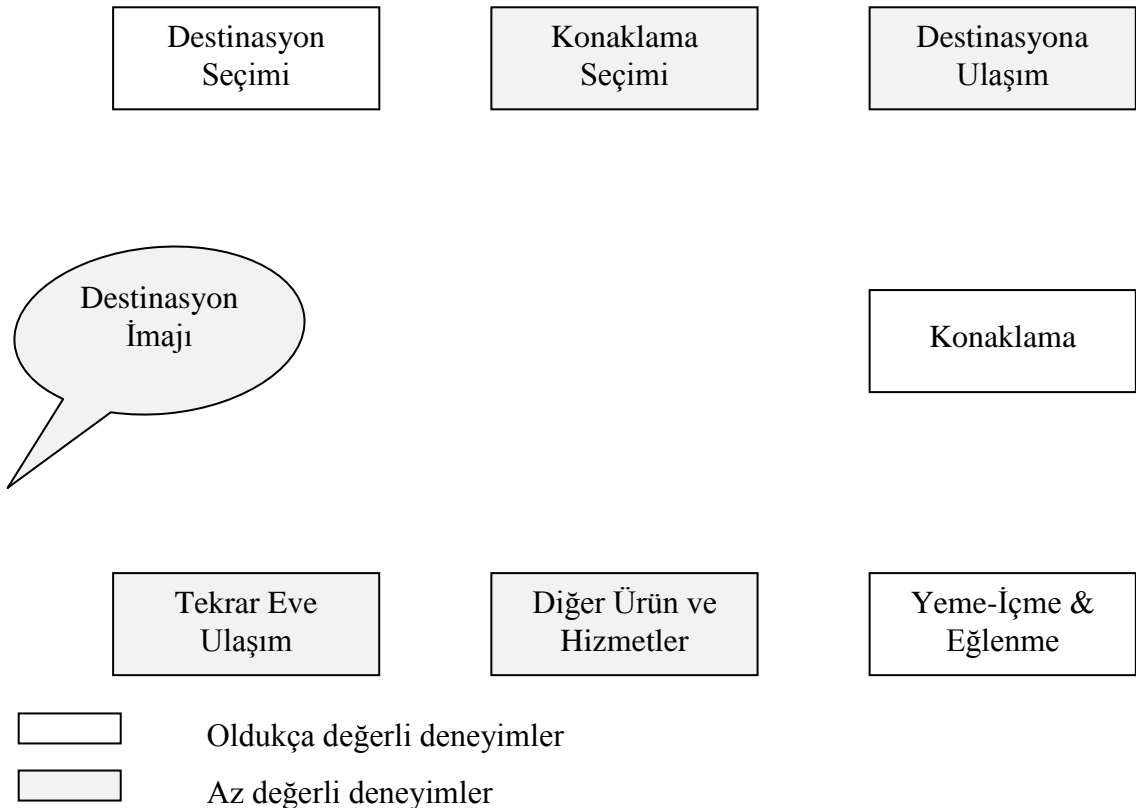
Avraham'a (2006: 235) göre, bir turizm destinasyonunun imajını başarılı bir şekilde değiştirmek için öncelikle hedef kitle tarafından algılanan mevcut imajın tespit edilmesi gerekmektedir. Tespit edilen imaj algısına göre pazarlama faaliyetleri şekillenecektir. Olumlu imaj algısına sahip turizm destinasyonları, bu durumu korumak ve pekiştirmek için pazarlama faaliyetlerinde bulunurken, olumsuz imaj algısına sahip turizm destinasyonları, bu algıyı ortadan kaldırmaya ve olumlu bir imaj algısı oluşturmaya yönelik pazarlama kampanyaları yürütmek durumundadır.

Öztürk (2013: 11) destinasyon imajını, turistlerin tatil yeri seçimi gibi satın alma davranışında önemli bir faktör olarak görmektedir. Sevim vd. (2013: 125) destinasyon imajının, çarpan etkisiyle bir destinasyona yeni turist çekmenin yanı sıra aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme ve destinasyonu tavsiye etme unsurlarında da önemli rol oynadığını belirtmektedir.

Turistin algılanan imajını doğrudan etkilemesi ve turiste sanal bir deneyim olanağı sunması nedeniyle, turizm destinasyonlarına ait internet sitelerinde yer alan bilgiler büyük önem taşımaktadır (Tanrısevdi ve Duran, 2011: 749). Page'e (2009: 12) göre, tatil ve seyahat gibi sosyal konular üzerinde tüketicilerin birbirleriyle iletişim kurmasına olanak sağlaması internet teknolojisini önemli hale getirmektedir.

Bir tatil yerinin imajı ve verimliliği; coğrafi konumu, pazarla uyumu, yönetim ve vaat ettiğini ne derecede yerine getirip getirmediği gibi birçok faktöre bağlı olarak şekillenir (Russell, 2006: 113). Howie (2003: 101) destinasyon imajının bir yerin ziyaret edilerek ya da ziyaret edilmeden oluştuğunu ifade ederek bu durumu "zihnin gözü" kavramıyla açıklamaktadır.

Özdemir (1993: 11), "Türkiye, tarihi içerisinde sıcak savaşların dışında, sürekli bir psikolojik savaşın içinde tutulmuştur. Türkiye ale[y]hine yılmadan sürdürülen ve ülkemizi dış dünyaya yanlış ve çarpıtılarak tanıtılmak istenilen oyun ancak 'Turizm' yoluyla bozulabilir." ifadesiyle turizmin ülke imajı açısından nasıl etkili bir araç olarak kullanılabileceğine vurgu yapmaktadır.



Şekil 6: Turist Hizmet Zinciri

Kaynak: Serra, 2006: 136.

Şekil 6'da bir turizm destinasyonunun turist tarafından seçilme aşamasından turistin evine dönüş sürecine kadar sunulan hizmetler zinciri gösterilmektedir. Serra (2006), tümleşik bir kalite yönetiminin turizm deneyimlerinin her aşamasında geçerli olduğunu ifade etmektedir. Kalitenin sağlanması, hem ziyaretlerin tekrarlanmasını hem de diğer insanların önerileri doğrultusunda ziyaret edecek insanların sayısının artmasında önemli bir faktördür.

Belirli bir destinasyonun seçilme sürecinin karar verme aşamasında, imaj önemli bir unsurdur (Page, 2009: 108). Koyunoğlu (2003: 216) turizm destinasyonunun seçiminde önemli olan unsurlara yönelik görüşlerini şöyle ifade etmektedir: “Doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerinin yanı sıra korunmuş doğa, yeterli altyapı, güvenli ve dostça ortamlar, sağlık riski taşımayan düzenli ve temiz turistik yöreler, hijyen, alışverişte aldatılmamak ve sigorta güvencesi gibi unsurlar da destinasyon seçiminde önemli ölçüde etkili olmaktadır.”

Herhangi bir turist destinasyonunun rekabet gücünün başarısı, bir bütün olarak destinasyonun cazibesine ve alternatif turist destinasyonlarında turistlere sunulan deneyimlere göre çok daha üstün turist deneyimlerine sahip olmasına bağlıdır (Dwyer ve Kim, 2003: 369).

1.3. Turizm Destinasyonu Türleri

Temel olarak destinasyonlar aslında yerel idari sınırlar içerisinde bulunan topluluklardır (Pike, 2004: 11). Destinasyonlar ortak ve temel bir yapıya sahip olsalar da birbiriyle aynı iki destinasyon yoktur (Howie, 2003: 77). Yoon (2002: 3) turizm destinasyonlarının büyüklük, ölçek ve hedef pazara göre çeşitlilik gösterdiğini ifade etmektedir.

Turistik yörelerin, gerek yer bakımından gerekse sahip oldukları karakteristiklerin çeşitli olması nedeniyle sınıflandırılması, sistemli bir turizm psikolojisi ve güdülenme geliştirme bakımından yararlı olacaktır (Rızaoğlu, 2004: 129). Howie (2003: 78) turizm destinasyonlarını aşağıdaki şekilde sınıflandırmaktadır:

- Başta tarihi ve kültürel özellikleriyle öne çıkanlar olmak üzere şehirler
- Köyler ve küçük kasabalar
- Tatil yeri (resort)

Türkay (2014: 6-12) destinasyonları; şehirler, sayfiye (resort) alanlar, kırsal alanlar, dağlar, korunan alanlar, sualtı ve uzay şeklinde sınıflandırmaktadır. Rızaoğlu ise turistik yöreleri, gezi tecrübelerine göre şöyle sınıflandırmaktadır (2004: 130-131):

1. Etnik turizm ve etnik turistik yöreler,
2. Kültürel turizm ve kültürel turistik yöreler,
3. Tarihsel turizm ve tarihsel turistik yöreler,
4. Çevresel turizm ve çevresel turistik yöreler,
5. Eğlencesel turizm ve eğlencesel turistik yöreler,
6. İşsel turizm ve işsel turistik yöreler.

2001 yılında, halktan bir kişinin, bir Rus uzay uçuşuna katılmasından bu yana uzay turizminin gelecekteki gelişimine yönelik artan bir ilgi görülmektedir (Page, 2009: 75). Patrick Collins'e göre, 20. yüzyılda havacılığın ortaya koyduğu radikal büyüme, 21. yüzyılda uzay yolcularının seyahatinde yaşanacaktır (Howie, 2003: 320). Uzun dönemde, uzay turizmi kapsamında muhtemel gelişmeler şunlardır (Page, 2009: 76):

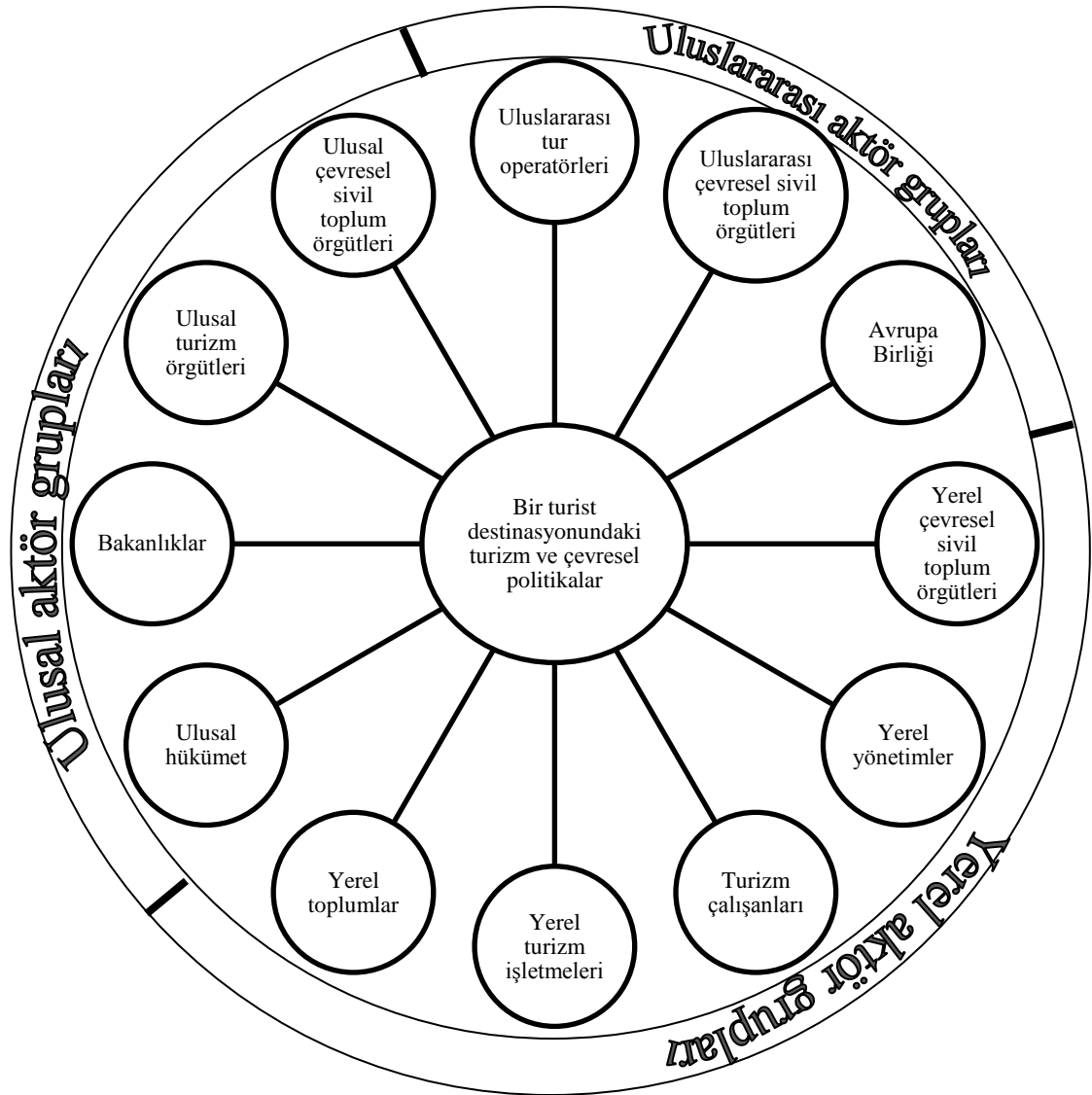
- Tekrar kullanılabilen uzay araçlarıyla dünyanın yörüngesinde kısa uçuşlar.
- Dünyanın yörüngesinde kurulan uzay otellerinde kalmayı içeren yörünge turizmi.
- Ay ve Mars turizmi.

İyimser bir görüşle yakın olmasa da orta vadede teknolojik gelişmeler, seyahat ve turizme alternatiflerin ortaya çıkmasına yol açacaktır. Bu bağlamda, ev eğlence merkezlerinde gerçekleştirilen gelişmeler nedeniyle birkaç yıldır yaz döneminde gerçekleştirilen tatilin yerini almaya başlamıştır. Daha çarpıcı gelişme ise, bazı eğlence merkezleri tarafından çok uzak olmayan bir gelecek dönemde "gerçek şey" in yerini alacak "sanal gerçeklik" deneyiminin sunulması olacaktır (Howie, 2003: 319).

1.4. Turizm Destinasyonunun Paydaşları

Destinasyonlar karmaşık planlama sistemleri olarak değerlendirilebilir. Karar verme süreçlerindeki etki düzeylerine göre çok sayıda paydaş bulunmaktadır. Bu nedenle sadece bir paydaş bütün gelişme ve kontrolü tek başına yürütemez (Jamal ve Jamrozy, 2006: 166).

Turizm politikalarının ve stratejilerinin geliştirilmesi sürecinde sorumlu idari birimler veya destinasyon pazarlama örgütleri; turizm endüstrisinin, yerel toplumun, turistlerin ve çevre ile özel ilgi grupları gibi birçok paydaşın görüşünü dikkate almak zorundadır (Getz ve Timur, 2004: 230). Demokratik bir ülkede kamu politikası oluşturulurken seçmenler, baskı grupları, medya, seçilmiş ve atanmış bürokrasi, siyasi partiler, hükümet, parlamento ve yargı rol oynamaktadır (Çevik ve Demirci, 2011: 43).



Şekil 8: Bir Turist Destinasyonunda Turizm ve Çevresel Politikalarla İlgili Muhtemel Aktör Grupları Örneği

Kaynak: Bramwell, 2006: 157.

Kamu politikaları, politika ağında yer alan ve birbirine bağımlı aktörler tarafından yapılır ve uygulanır. Şekil 8'de bir turizm destinasyonunda, turizm ve turizmin üzerinde etkisi olan çevre ile ilgili politikaların oluşturulması ve uygulanması süreçlerinde, doğrudan ya da dolaylı olarak rol üstlenen yerel, ulusal ve uluslararası aktör grupları gösterilmektedir (Bramwell, 2006: 156).

Bakanlar kurulu, parlamento, idari sektörler, ticaret ve endüstri örgütleri, ticari birlikler, çeşitli çıkar grupları, sivil toplum kuruluşları, toplum ve medyanın ulusal bir politikanın oluşturulması sürecinde yer alması gerekmektedir. Farklı çıkarlara sahip oldukları için her ne kadar hepsinin memnun edilmesi mümkün olmasa da en azından tek bir çıkar grubu tarafından karar alınmamış olacaktır (Howie, 2003: 190).

Turistlerin, bir turizm destinasyonu için farklı değerlere sahip olması kaçınılmaz olmakla birlikte, bu farklılık eşit derecede olup birbirlerine üstünlükleri yoktur. Örneğin, sırt çantalı turistlerin seyahat bütçelerinin az olması, yıllarca tasarruf yaparak rüya gibi bir tatil arzusunu yerine getirmek amacıyla para biriktiren ve tatil için çok büyük bir bütçeye sahip olan bir balayı çiftine göre daha az değerli görülebilir. Bununla birlikte, sırt çantalı turistler genellikle öğrencidir ve kanaat önderi olabilirler. Dolayısıyla, gelecek yıllarda daha büyük bütçelerle tekrar seyahat edebilme olasılıkları sırt çantalı turistleri, yüksek potansiyel değerine sahip olan bir grup haline getirmektedir (Bergsma, 2001: 250).

1.5. Turizm Destinasyonu Gelişim Süreci

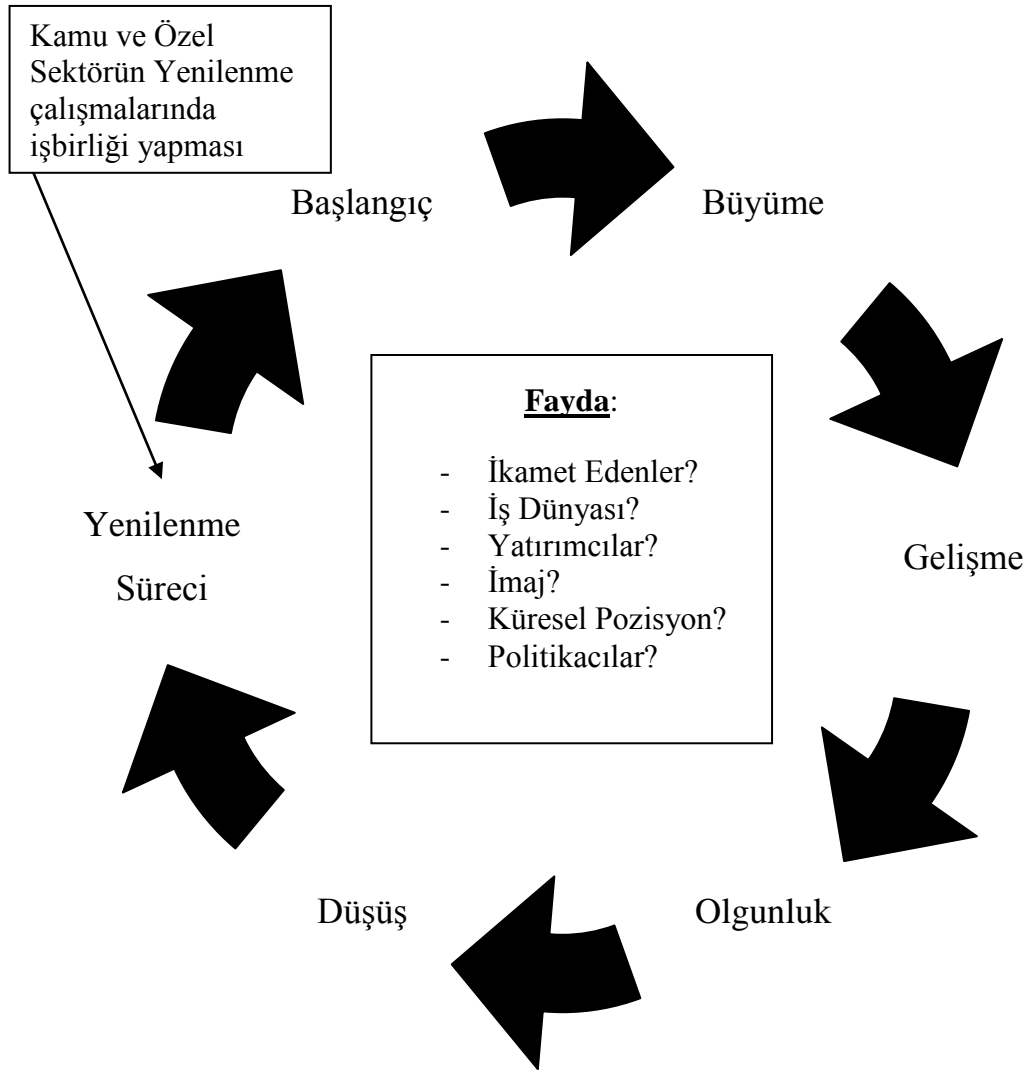
Destinasyon gelişimi; bir alan veya bölgeyi işlevleştirerek ve çekiciliğini geliştirerek bir ziyaret alanına dönüştürme sürecini ifade etmektedir (Svensson vd., 2006: 83). Butler'in (2006: 5) Turizm Alanı Yaşam Döngüsü olarak tanımladığı süreç; keşif, katılım, gelişme, sağlamlaştırma ve durgunluk olmak üzere beş aşamadan oluşmaktadır. Durgunluk aşamasından sonra ise bir turizm destinasyonunun yenileme ya da düşüş sürecine geçeceğini ifade etmektedir. Erdoğan'a (1995: 57) göre, bir destinasyonun sürdürülebilir bir başarı için sahip olunan doğal, tarihi ve sosyo-kültürel çekiciliklerin de uzun ömürlü olması gerekmektedir.

Howie'ye (2003: 73) göre bir köy, kent, şehir, bölge veya ülke çok az sayıdaki istisnaların haricinde, turistler yerine ikamet edenlere göre planlanmalı ve geliştirilmelidir. Turizmin büyüme ve gelişme süreci ekonomik ve sosyal bazı

problemleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle bir ülke, bölge ya da yörenin turizm destinasyonu olmadan önce şu noktalarda karar vermesi gerekmektedir (Burkart ve Medlik, 1988: 70):

- Turistler için önemli bir destinasyon olmayı arzulayıp arzulamadığı;
- Turizmin ekonomik ve diğer avantajlarından maksimum düzeyde nasıl yararlanılacağı;
- Turizmin büyümesi ve gelişmesinden kaynaklanan problemlerle nasıl baş edileceği.

Destinasyonlarda turist ihtiyaçları, turizm işletmelerinin beklentileri, yerel toplum, yerel işletmeler ve yerel endüstrilerin ihtiyaçlarının karşılanmasını ifade eden yönetim ve kalkınma sürecinde birçok karmaşık zorluk ortaya çıkmaktadır (Howie, 2003: 1).



Şekil 9: Turizm Destinasyonları için Yaşam Döngüsü

Kaynak: Connell ve Page (2003: 221; aktaran Polat, 2011: 124).

Şekil 9'da turizm destinasyonlarının yaşam döngüsü gösterilmektedir. Şekil 9'a göre; Başlangıç, büyüme, gelişme, olgunluk, düşüş ve yenilenme olmak üzere bir turizm destinasyonunun yaşam döngüsü altı aşamadan oluşmaktadır. Ivanovic (2009: 199) ise turizm destinasyonunu insana benzeterek doğum, çocukluk, gençlik, yetişkinlik, yaşlılık ve ölüm gibi yaşam evrelerine sahip olduğunu belirtmektedir.

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından 1966 yılında Portekiz'de yapılan 'Turizmin Gelişmesi ve Ekonomik Büyüme' adlı seminerde turizm beklentileriyle ilgili ülkeler şu dört genel kategoride sınıflandırıldı (OECD, 1967'den aktaran Burkart ve Medlik, 1988: 273):

- 1) Turizmin sınırlı olduğu ülkeler. Bu tür ülkelerde dayanılması hoş olmayan aşırı derecede bir iklim; dünyanın yüksek gelirli bölgelerine olan coğrafi uzaklık; genel olarak düşük gelişmişlik düzeyi ile turizmin gerektirdiği temel olanakları sağlayamama ve çok önemli düzeyde zorluklarla başa çıkmadan kabul edilebilir düzeyde bir turizm endüstrisinin kurulamaması gibi sorunlar görülmektedir.
- 2) Bazı yönlerden gelişmiş olanaklara sahip olmakla birlikte doğanın sınırlı olduğu ülkeler.
- 3) Turizmin bir miktar önemli olduğu fakat uygun idareyle ekonomide çok önemli bir faktör olabileceği ülkeler.
- 4) Turizmin oldukça gelişmiş bir endüstri haline geldiği ve bu durumun sürdürülebilir kılınması için çaba sarf eden ülkeler.

Bir yeri, turizm destinasyonuna dönüştürmek için insanların bu yeri ziyaret etmelerinin teşvik edilmesi yeterli olmadığını savunan Howie (2003: 73), bir yerin turist destinasyonu olabilmesi için aşağıdaki temel eylemlerin yerine getirilmesi gerektiğini ifade etmektedir:

1. Çekicilik potansiyeli olan kaynakların dönüşümü.
2. Yeterli ve uygun çeşitlilikte konaklama olanağının sağlanması.
3. Destinasyona, destinasyondan ve destinasyon içinde uygun ulaştırma olanağının sağlanması.
4. Turizmle ilgili gelişmelerin başarılı bir şekilde entegre edilmesini sağlayarak ilgili destinasyonun, sürdürülebilirlik temelinde uzun vadeli değişen koşullara uyumunun sağlanması.

Dünya Turizm Örgütü, 1999 yılında iki yıllık kapsamlı bir çalışma sonucunda hükümetler, seyahat endüstrisi, toplumlar ve turistler gibi turizmin gelişiminde önemli rol oynayan taraflara yol gösterici bir ilkeler seti benimsedi. Turizmde Global Etik İlkeler şeklinde adlandırılan bu set aracılığıyla hem ilgili tarafların elde ettiği faydanın maksimizasyonu hem de turizmin neden olduğu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olumsuzlukların minimize edilmesi amaçlanmaktadır. Kırk sekiz madde olarak belirtilen bu ilkeler şu on bölüm altında toplanmıştır (www.ethics.unwto.org, 2014a):

- Turizmin Toplumlararası Karşılıklı Anlayışa Katkısı
- Turizmin Bireysel ve Kollektif Yönleri
- Sürdürülebilir Gelişmenin Unsuru Olarak Turizm
- Kültürel Mirası Kullanan ve Zenginleştiren Unsur Olarak Turizm
- Ülke ve Toplumların Refahını Artıran Bir Faaliyet Olarak Turizm
- Turizmin Geliştirilmesinde Tarafların Yükümlülükleri
- Turizme Katılma Hakkı
- Turizm Hareketinde Özgürlük
- Turizm Sektöründe Çalışanların ve Girişimcilerin Hakları
- Turizmde Global Etik İlkelerin Uygulanması

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü Avrupa Komisyonu'nun İzmir Çeşme'de gerçekleştirilen 55 inci toplantısında, bu ilkeleri kabul ettiğini ve turizmin gelişimine; Turizmde Global Etik İlkeler çerçevesine bağlı kalarak hareket edeceğini vaat eden Türkiye'deki beş şirket ya da birlik şunlardır (www.ethics.unwto.org, 2014b):

- ☑ Fest Travel şirketi
- ☑ TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği)
- ☑ TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu)
- ☑ TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği)
- ☑ TYD (Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği)

Bir turizm destinasyonunda, turizm gelişiminin kontrollü bir biçimde sürdürülebilmesi açısından global etik ilkelerin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu etik ilkeler aracılığıyla, turizm ile ilgili tüm tarafların çıkarlarının korunması hedeflenmektedir. Dolayısıyla, gelişmekte olan bir turizm destinasyonu olarak Türkiye'de daha fazla özel sektör işletmecisinin yanı sıra kamu sektörü ve sivil toplum kuruluşunun bu etik ilkeler çerçevesinde hareket edeceğini vaat etmesi Türkiye'nin sürdürülebilir bir turizm destinasyonu olabilmesi bakımından önemli görülmektedir.

BÖLÜM 2: TURİZM DESTİNASYONU YÖNETİ(Şİ)Mİ–TDY

Tüm sosyal durumlarda geçerli olan yönetim, genel ve beşeri bir faaliyet olmakla birlikte kamu yönetimi, kamu kurumlarıyla ilgili yönetimi ifade ederken, özel işletmelerle ilgili yönetim için ise işletme yönetimi anlamında, özel yönetim ifadesi kullanılmaktadır (Eryılmaz, 2008: 44). İşletmecilikte "yönetim, başkaları vasıtasıyla işgörmektir" şeklinde tanımlanmaktadır (Koçel, 2005: 16).

Gözübüyük'e (2010: 1) göre, "Yönetim (idare) sözcüğü genellikle hem bir faaliyet, hem de bu faaliyeti yerine getiren kuruluşları anlatmak için kullanılır. Dolayısıyla yönetim sözcüğü kimi durumlarda maddi anlamda (faaliyet anlamında), kimi durumlarda yapısal anlamda (teşkilat anlamında), kimi durumlarda da her iki anlamı içerecek şekilde kullanılmaktadır."

Yönetişim; merkezi yönetim kuruluşları, yerel yönetim kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörü kapsayan, bu kuruluşlar arasındaki karşılıklı etkileşimleri ve kendi aralarındaki ilişkiler ağını ifade kapsamlı bir sistemdir (Eryılmaz, 2008: 27).

Yönetim ve yönetişim kavramları arasındaki tarihsel sürece dayalı genel bir karşılaştırma yapılacak olursa; 21. yüzyılın yönetişim anlayışının; 20. yüzyılın yönetim anlayışını oldukça kapsamlı bir değişime uğrattığı, merkeziyetçilik yerine, yerelliği, üniter yapı yerine federalizmi, katı bürokrasi yerine katılımı, kapalılık yerine açıklığı, hiyerarşi yerine hesap verebilirliği ve sorumluluğu getirerek, adeta "yönetimsel bir devrimin altına imzasını" attığı söylenebilir (Özer, 2006: 63).

Yönetişim kavramı, yıllar geçtikçe bir değişime uğramaktadır. Geleneksel olarak yönetişim kavramı, hükümetler tarafından politik yönetişim kapsamında kullanılırken, daha geniş anlamda ise, çok sayıda paydaşın, belirli bir alanın yönetimi ve kontrolünü ya da hükümet politikalarını ve düzenlemelerini etkileyecek düzeyde katılımını ifade etmektedir (Jamal ve Watt, 2011: 572).

Turizmde yönetim kavramı, bir otel işletmesinin ya da yerel bir dükkânın yönetimi anlamına gelmemektedir. Turizmde yönetim kavramı, turizmi ve onunla bağlantılı kısımların yönetilmesini ifade etmektedir. Dolayısıyla turizmde yönetimi, bir destinasyonun planlanması ve yönetimi şeklinde kabul etmek daha yerinde bir yaklaşım olacaktır. Turizm yönetimi; turist danışma bürosunun finansmanının nasıl sağlanacağını belirttiği stratejik bir plandan, arazi kullanımına kadar geniş bir alanı

kapsamasının yanı sıra turizm endüstrisi, kamu yönetimi birimleri ve toplum arasındaki ilişkilerin yönetilmesini de kapsar (Dredge vd., 2006: 1).

Günümüzde turizm endüstrisinin muazzam bir büyüklüğe ulaşmasında birçok faktör önemli rol oynamıştır. Turizm endüstrinin geleceğine yön verilmesinde de dikkate alınması gereken bu faktörler şunlardır (Todd, 2001: 4):

- Reel gelirin yükselmesi,
- Yiyecek, barınma, giyinme, eğitim ve sağlık gibi insanın yaşamını sürdürmesi için gerekli olan temel gereksinimlerini karşılamamanın dışında, insanların isteğe bağlı veya keyfi olarak harcayabilecekleri bir refah düzeyinin olması,
- Boş ve serbest zamanın artması,
- Ülkeler arasında barışın sağlanması,
- Uluslararası seyahatlerin serbestleştirilmesi için idari engellerin kaldırılması,
- Hızlı, etkili ve geniş ölçüde ulaşılabilir toplu taşımanın gelişmesi ve bu gelişimin özel taşıma ile birleştirilerek güçlendirilmesi.

Willmott ve Graham (2001: 31) da seyahat ve konaklamada yaşanacak değişimi yönlendirecek faktörleri şu şekilde belirtmektedir;

- Demografik değişim: yaşlanan bir nüfus,
- Teknoloji,
- Çalışma hayatında yaşanacak değişim,
- Zaman baskısı ve
- Seyahat ve konaklama endüstrilerinde yaşanacak tüketici davranış değişikliği.

Yerel turizm gelişimi ile ilgili yazın incelendiğinde; çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik kriterleriyle uyumlu bir şekilde zamana karşı korunması ve geliştirilmesi gereken kaynakların bulunduğu *bölge* kavramı; bir turizm destinasyonu tarafından bir bütün olarak ortaya çıkartılan artı değerini çoğaltılma kapasitesini ifade eden *turizm sistemi*; sistem tarafından benimsenen ve kaynakların birbirini nasıl etkileyeceğini gösteren *yapılar*; belirli bir hedef için belirli bir alan tarafından kaynakların karışımı olarak sunulan değeri ifade eden *turizm ürünü*; belirli bir alanın, üstlendiği misyonu zaman içerisinde yerine getirerek, yeni turizm ürünlerinin

oluşturulmasını ifade eden *gelişim süreci*, şeklinde beş konu öne çıkmaktadır (Bonetti vd., 2006: 111).

Page'e (2009: 555) göre turizm sektörü, politika yapıcılar ve hükümetler tarafından sorulması gereken birkaç temel soru bulunmaktadır:

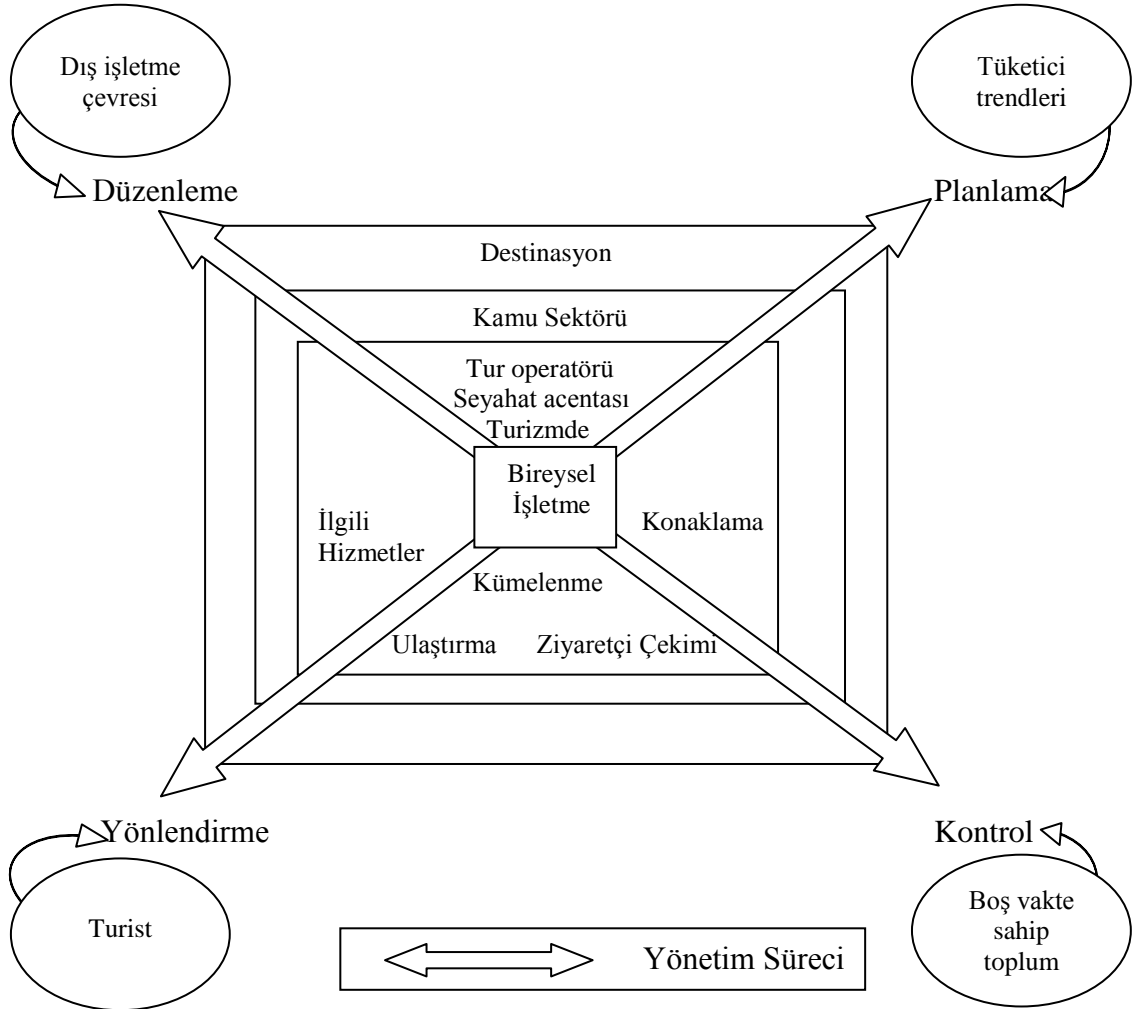
- Turizmi neden istiyoruz?
- Bölgemiz ve ülkemiz için ne anlama gelmektedir?
- Toplumumuz üzerindeki etkisi nasıl olacak?
- Kazan-kazan durumunun tüm paydaşlar için sağlanması nasıl yönetilecek?

Destinasyon yönetimi, son yirmi yıldır turizm arzı ve turizm talebi bağlamında istikrarlı bir gelişime ve turizm pazarında ortaya çıkan yeni eğilimlere karşı gündeme gelen bir konudur (Manente, 2008: 3). Etkili bir destinasyon yönetimi yaklaşımı ile turizmdeki mevcut ve gelecek dönemlerde ortaya çıkacak zorluklarla başa çıkılabilmesi için öncelikle destinasyonların bir sistem olduğunun anlaşılması gerekmektedir. Daha sonra aktörlerin, bağlantıların, ilişkilerin ve rekabetçi çevrenin tanımlanması ve anlaşılması gerekmektedir (Manente, 2008: 4).

Turizm destinasyonunun planlanması, gelişimi ve yönetimi herhangi bir işletme ya da kuruluştan çok daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Zaman zaman birbiriyle çatışan amaçlara sahip çok sayıda çıkar grubu ya da paydaşın uyumunun sağlanması bu karmaşık yapının oluşmasında önemli rol oynamaktadır (Howie, 2003: 55).

Turizmde, farklı ilgi ve çıkarlara sahip çok sayıda tarafın olması, turizmin yönetiminde kimin sorumlu olacağı sorusunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Page'e (2009: 29) göre, turizmin yönetiminde kimin sorumlu olacağı farklı düzeylerde ele alınabilir. Bir işletme üzerinden düşünüldüğü zaman, faaliyetlerin yerine getirilmesinden sorumlu yönetici(ler). Destinasyon düzeyinde ele alındığında ise genellikle, kamu sektörü bünyesinde bağımsız bir birim ya da başka bir birime bağlı bir kurum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu düzeyde, işletmecilerin beklentilerinin de göz önünde bulundurulması amacıyla kamu-özel sektör ortaklıkları da görülebilir. Ülke düzeyinde turizmin yönetiminden sorumlu birim ise ulusal turizm örgütleridir. Bu örgütler, kamu sektörünün topladığı vergiler ve özel sektör üyelerinden alınan ücretlerle finanse edilir. Belirtilen her bir düzeyde, turizmin yönetimi ile ilgili çıkarlar ve eylemlere karar

verilirken diğer düzeyleri de göz önünde bulundurmaya yarayan, karmaşık bir etkileşim ve ilişki ağının olduğu unutulmamalıdır.



Şekil 10: Turizm Yönetim Yapısı

Kaynak: Page, 2009: 30.

Destinasyon yönetiminin rolü; farklı kaynakların, aktivitelerin ve paydaşların bütünleşmesini uygun politika ve eylemlerle desteklemek ve yönetmektir (Manente, 2008: 1). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO, 2007: 2) göre, "destinasyon yönetimi birçok kuruluş ve ilgilinin ortak bir amaç doğrultusunda çalışmak için birleşmesini çağrıştırmaktadır."

Destinasyon yönetimi, bir destinasyon ile destinasyonun ziyaretçileri arasında bir değişim sürecini kurabilmek için zorunlu olan süreçlerin bütünleşmiş yönetimi anlamına gelmektedir (Minguzzi, 2006: 198). Özdemir'e (2007: 229) göre destinasyon

yönetiminin ortaya çıkmasının arkasında, destinasyonda bulunan tüm mal ve hizmetlerin bir bütün olarak uyum içinde yönetilmesi zorunluluğu bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2014b), destinasyon yönetiminin yararlarını beş maddede özetlemiştir:

1. Rekabet üstünlüğünün sağlanması,
2. Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması,
3. Turizmin faydalarının yayılması,
4. Turizm gelirini iyileştirmek,
5. Güçlü ve canlı bir marka kimliği kurmaktır.

Dinamik ve canlı bir endüstri olarak turizmin ortaya çıkması ve bu durumu devam ettirmesi, destinasyon planlamasında ve pazarlamasında stratejik yaklaşımın benimsenmesine bağlıdır (Faulkner, 2004: 326). Belirli bir bölgenin sürdürülebilir turizm gelişimi, bazı fonksiyonları yerine getirme kapasitesine bağlıdır. Bu fonksiyonlar; kısa vadeli stratejilerin birleştirilmesi, önemli düzeyde turizm akışını çekebilme kabiliyeti, yeni bilgi, ilişki ve finansal kaynak üreten orta-uzun vadeli stratejilerin geliştirilmesidir. Bu fonksiyonlar aracılığıyla, diğer alternatif turizm destinasyonlarına karşı bölgenin rekabet gücünü artırmaktadır (Bonetti vd., 2006: 129).

Bir turizm destinasyonunun, kalite yönetiminde başarılı olabilmesi, turizm destinasyonunda bulunan yerel topluluklar ve turizm paydaşlarıyla yakın çalışılmasına bağlıdır. Turizmde sürdürülebilir kaliteyi elde etmek, iletişim ve izlemeyi gerektirmektedir. İletişim ve izleme ise şu araçlarla gerçekleştirilir (Serra, 2006: 136):

- İhtiyaçları anlama ve onları karşılama.
- Standartları kontrol etme ve nakletme.
- Eğitim ve işletme desteği.
- Yerel ekonomi, toplum ve çevre üzerindeki etkilerini izleme.

Bölgesel veya yerel gelişim sürecinin sürdürülebilirliği ile yerel kaynaklar, bölgenin özellikleri ve geleneksel vasıflar arasında çok katı bir bağlantının bulunduğunu savunan Martino ve Petrillo'ya (2006: 219) göre; bölgenin doğal kaynaklarının yanı sıra coğrafi konum, morfolojik nitelikler, gelenekler ve alışkanlıkları içeren sosyal kaynaklar, sanatsal ve arkeolojik miras, tipik tarım ürünleri, gastronomi kültürü, el sanatları, genel

ortam ve konukseverlik gibi etmenler de sürdürülebilirlik açısından çok önemli yer tutmaktadır.

Turistler, yerel halk ve turizm sisteminde yer alan araçlar, aşağıda belirtilen temel değerlere saygı duymalı ve bu değerlerle bağlantılı etik normları gözetmelidir (Przeclawski, 1997: 111):

- İnsan yaşamı ve saygınlığı,
- Doğal ve kültürel çevre,
- Aile,
- Tatil ve kutsal yerler,
- Gerçek ve uygun bilgi,
- Özel mülkiyet,
- Özgürlük (başkalarının haklarına saygı göstererek).

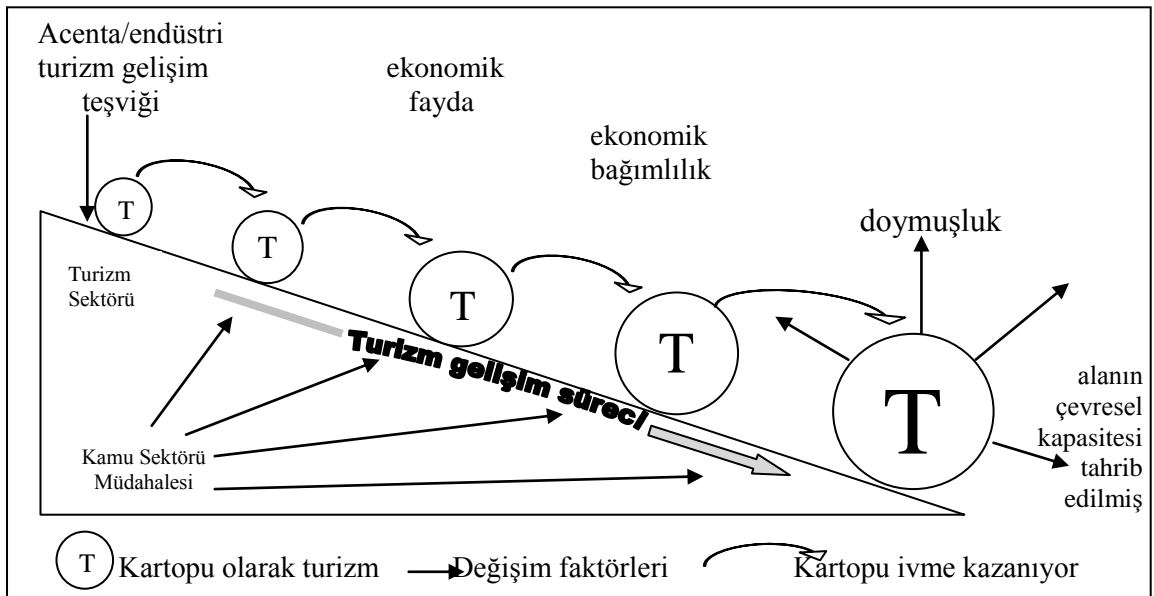
Yerel kalkınma için tabandan başlayarak yerel, politik ve kurumsal paydaşların katılımının benimsendiği bir yaklaşımın benimsenmesi çok önemli bir prensiptir (Martino ve Petrillo, 2006: 219). Olalı'ya (1990: 39-46) göre turizm politikalarının hedefleri genel olarak şunlardır:

- ☑ Ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmak,
- ☑ Ülkenin ekonomik kalkınmasına yardımcı olmak,
- ☑ Ülkede tam istihdamın gerçekleşmesine yardımcı olmak,
- ☑ Fiyat istikrarının gerçekleşmesine yardımcı olmak,
- ☑ Dış ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunmak,
- ☑ Uluslararası turistik amaçlı insan hareketlerine etki etmek,
- ☑ Turizmin sosyal fonksiyonlarından toplum kişilerini yararlandırmak,
- ☑ Ekonominin üretim çeşitliliğini artırmak,
- ☑ Gelir dağılımındaki eşitsizliklerin azalmasına katkıda bulunmak,
- ☑ Bölgeler arasındaki gelişme ayrıcalıklarını gidermeye ve dengeli kalkınma hedefine katkıda bulunmak,
- ☑ Doğal ve tarihsel kaynakları korumak,
- ☑ Turizmin sağlık ve politik fonksiyonlarından daha çok insanın yararlanmasını sağlamak,

- ☑ Turizm alanındaki psikolojik ve sosyal engelleri, çeşitli fikir ve davranışları frenlemek,
- ☑ Turizm alanında sağlam ve güvenilir meslek teşekküllerinin kurulmasını özendirmek, desteklemek, böylece turizm endüstrisinin değişik alanlarındaki faaliyetlerinin tatmin edici şekilde sürdürülmesini ve oto-kontrolü sağlamak.

1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından kabul edilen "Ortak Geleceğimiz" adlı raporda yer alan ve 1992 yılında Brezilya'da düzenlenen Rio Konferansı'nda (diğer adı; Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı) kabul edilen ve tüm endüstriler ile ilgili olarak sunulan tavsiyeler şunlardır (Howie, 2003: 5):

- Ekolojik çeşitliliğin sürdürülmesi
- Sosyal eşitliğin artırılması
- Gelişmekte olan alanlarda verimliliğin sağlanması
- Arttırılmış Toplumsal/yerel kontrol
- Arttırılmış bölgesel özgüven
- Hükümet müdahalesi
- Ortaklıklar (özel/hükümet)
- Ekonomik sürdürülebilirlik



Kaynak: Page, 2009: 528.

Şekli 11’de Page’in (2009) *kartopu görüşü* ile turizmin gelişim süreci gösterilmektedir. Page’e göre; kamu ve özel sektör gibi değişimde etkili olan taraflar, turizmin bir kartopu gibi kitle turizmine dönüşeceğini önceden tahayyül edemezler. Her ne kadar kamu sektörünün kontrol etme girişimi olsa da turizmin ilk görüntülerinden itibaren taviz verilmeye başlanmıştır. Turizm gelişiminin ilk dönemlerinde girişimciler, tur operatörleri ve diğer taraflar tarafından baskı kurulmaya çalışılır. Zaman geçtikçe, bahsi geçen baskı gruplarının, oluşturulacak politikalar üzerindeki etkisi ve ilgili alanın ekonomik büyümesinin turizme olan bağımlılığı da baskıyı artırır. Böylece, kartopu büyür ve hareket etmeye başlayarak, durdurulamayacak ve kontrol edilemez bir ivme yakalayacak. Kamu sektörü müdahaleleri daha az etkili olacak ve kamu sektörü, sorunu çözmek ve bölgenin kontrol edilemeyen en önemli olgusu haline gelen turizmi kontrol etmek için çaba gösterir. Yerel düşmanlık büyümesine rağmen, turizmin sağladığı istihdam olanaklarından dolayı, turizm engellenemeye devam eder. Eğer, turizm hala gelişme sürecine devam ederse, doyuma ulaşılır ve destinasyon ve destinasyon kaynaklarının tahribi gerçekleşir. Bu da destinasyonda, turizmin artık sürdürülemez bir boyuta kavuştuğu anlamına gelmektedir. Destinasyon çekiciliğini kaybetmiş, aşırı gelişmiş ve çevresel olarak bölge, görsel ve fiziksel kirlilikten dolayı tehlikeli bir hale dönüşmüştür. Destinasyonun doymuş imajı, tur operatörlerinin bu destinasyona düşük ücretli ve kitle turizmi destinasyonu olarak bakmalarına yol açarak yüksek harcama potansiyeli olan ziyaretçilerin daha çekici destinasyonlara yönelmesiyle sonuçlanır (Page, 2009: 528).

2.1. Destinasyon Pazarlaması

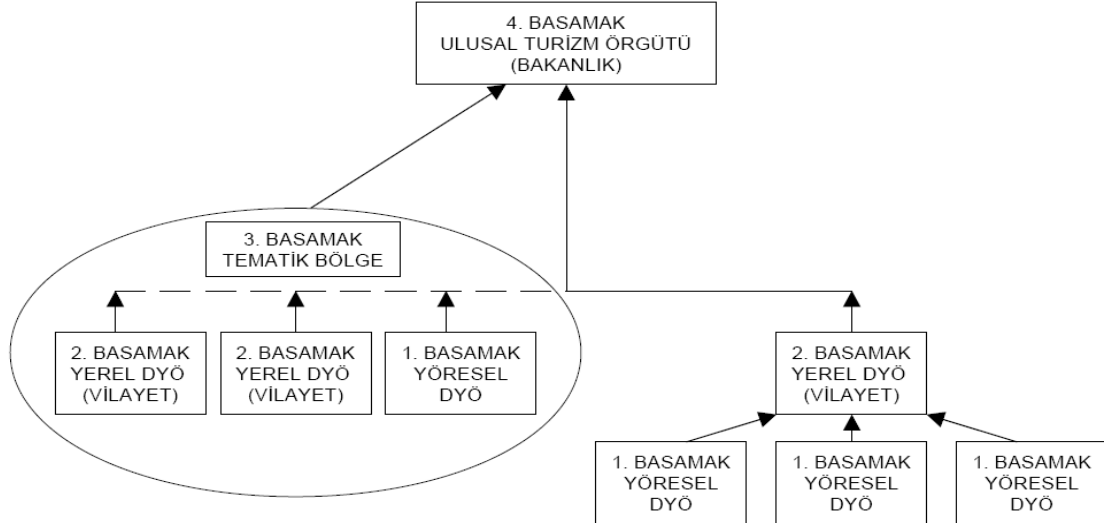
Bir yerin, turist destinasyonu olarak başarılı olmasında pazarlama asli bir unsurdur. Bir yer ne kadar iyi planlansa, geliştirilse ve yönetilse de eğer turist, bu yerin ne sunduğunu bilmiyor, inanmıyor ya da inanması için ikna edilemiyorsa bu yer potansiyel bir turist destinasyonu olarak kalacaktır (Howie, 2003: 141). Öztürk'e (2013: 5) göre destinasyon, yönetilmesi ve pazarlanması en zor ürünlerden bir tanesidir.

Mucuk'a (2001: 3) göre: “Pazarlama, temelde insanların ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya yönelik bir mübadele (değişim) işlemidir. İki veya daha fazla taraftan her biri kendi ihtiyacını karşılamak amacıyla diğer tarafa değerli bir şeyleri (mal, hizmet veya fikir) verip, değerli başka şeyleri (para, alacak, kredi, vb.) elde etmektedir.”

Burkart ve Medlik (1988: 201) destinasyon pazarlamasını, turistik ürünlerin oluşturulma ve tanımlanmasından sonra hedef pazara göre destinasyon çekiciliklerinin sunulma süreci olarak görmektedir. Başarılı bir destinasyon pazarlaması için birçok gereksinim bulunmaktadır (Howie, 2003: 143):

- Niteliklerin ve ürünlerin doğru karışımı,
- Hedef pazara çekici gelecek bir imaj,
- Ürün ve hizmetlerin etkin ve ulaşılabilir bir yöntem ile ulaştırılması,
- Destinasyon değerlerini ve imajını etkili bir şekilde tanıtarak potansiyel ziyaretçilerin, destinasyonun ayırt edici avantajlarından haberdar edilmesini sağlanması.

Bir şehrin pazarlanması turistler, kurumsal pazarlama, çok uluslu çıkarlar, kamu planlaması ve profesyonel danışmanlar gibi birçok farklı paydaşın çıkarlarının dikkate alınmasını ifade eder (Go ve Klooster, 2006: 141). Rızaoğlu'na (2004: 175) göre, çekim yeri pazarlamasının asıl amacı, potansiyel turistlerin beklentilerini etkileyebilecek bir imaj oluşturmak, değiştirmek ve sürdürülebilir kılmaktır.



Şekil 12: Türkiye için Önerilen Dört Basamaklı Turizm Tanıtımı ve Pazarlama Örgütlenmesi Modeli

Kaynak: Yavuz ve Karabağ, 2009: 130.

Şekil 12'de Türkiye için önerilen dört basamaklı turizm tanıtımı ve pazarlama örgütlenmesi modeli gösterilmektedir. Bu modele göre; birinci basamakta yöresel destinasyon yönetim örgütleri yer alırken ikinci basamakta, il düzeyinde örgütlenen

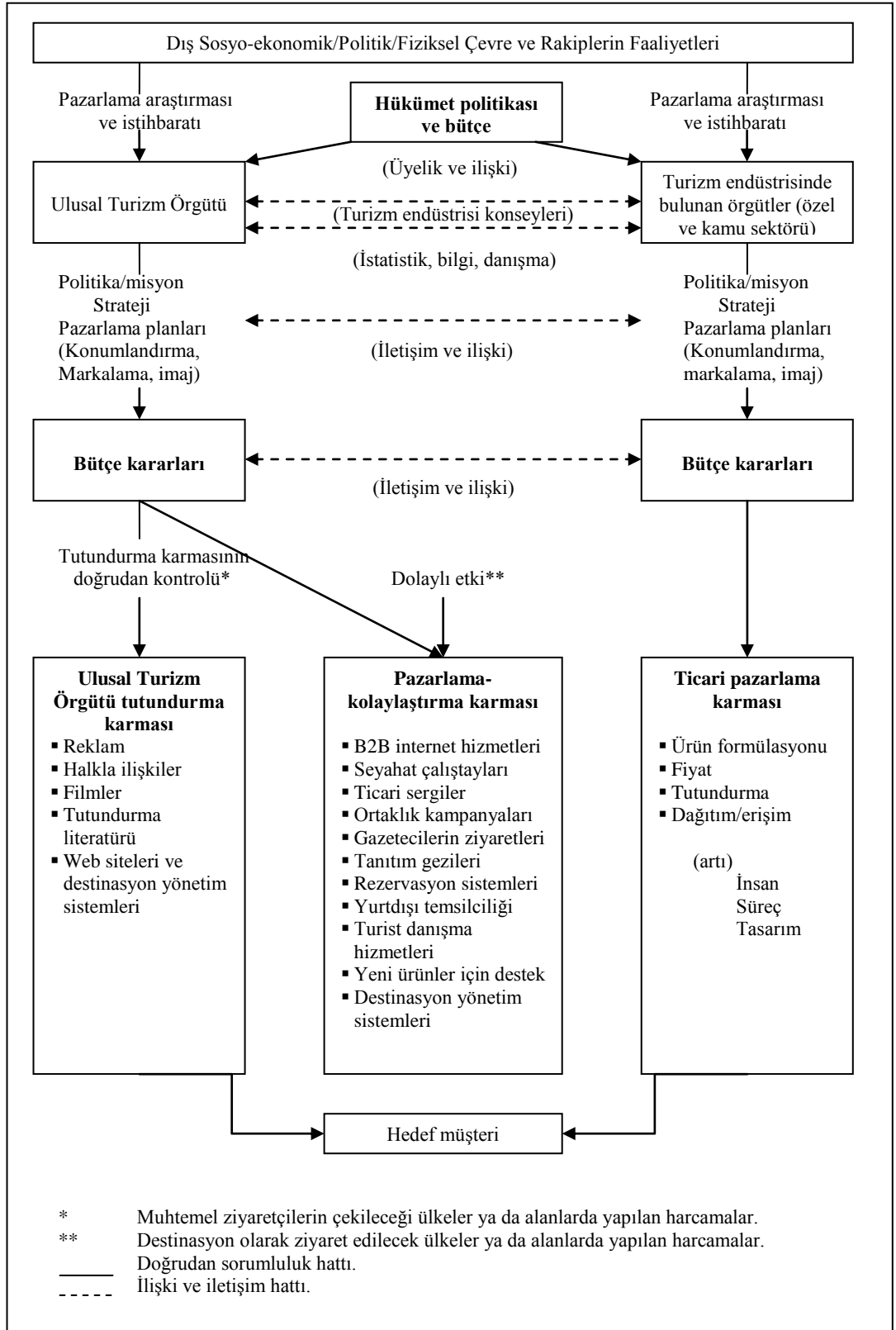
yerel destinasyon yönetim örgütleri yer almaktadır. Tematik bölge olarak da adlandırılan üçüncü basamakta ise yöresel ve yerel destinasyon yönetim örgütleri bir arada bulunmaktadır. Modelin dördüncü ve son basamağında ise ulusal düzeyde turizmden sorumlu bakanlık bulunmaktadır.

Hükümetlerin finansal desteğine önemli derece bağımlı olan destinasyon pazarlama örgütleri, politikacıların merhametine bırakılmaktadır (Pike, 2004: 49). Yavuz ve Karabağ'a (2009: 115) göre, bir ülkenin (üst destinasyon) tamamına yönelik gerçekleştirilen reklam çalışmalarının alt destinasyonlara ilişkin yeterli bilgi vermemesi nedeniyle ülke pazarlaması açısından etkinlik sorununa yol açmaktadır.

Cetron'a (2001: 27) göre rekabetçi baskılar bağımsız veya zincir bir otelin sunduğu ürün ve hizmetlerin diğerlerinden ayırt edilmesini zorlaştırmaktadır. Herhangi bir otel tüketicilere yeni bir ürün veya hizmet önerir önermez rakipler tarafından aynı hizmet önerilmekte ve daha da geliştirilmeye çalışılmaktadır. Bu durum, işletmeleri birbirinden ayıran özellikler gittikçe detaylarda kalmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, eşsiz ve tek olan yerler için aynı durum söz konusu olmamakta ve bir yerin aynısı hatta benzeri oluşturulamadığı için tüketiciler tarafından daha önemli hale gelmektedir.

Bir destinasyon pazarlama örgütünün rolü uzun dönemde bir destinasyonun rekabetçiliğini geliştirmektir (Pike, 2004: 39). Doğal ve sosyal çevreye saygılı bir sürdürülebilir bölgesel turizm gelişimi yaklaşımı aynı zamanda diğer destinasyonlara karşı da bir rekabet üstünlüğü sağlayacaktır (Bonetti vd., 2006: 114). Destinasyonun rekabetçiliğine, bir destinasyon pazarlama örgütünün ne kadar katkı yaptığını ölçmek şimdilik mümkün değildir. Bir destinasyonun başarısında etkili olan küresel ekonomi, özel olaylar, vize uygulamaları, hava koşulları, felaketler ve diğer tarafların pazarlama gayretleri gibi çok sayıda etken bulunmaktadır (Pike, 2004: 190).

Üretim yapısındaki değişiklikler nedeniyle, genelde hizmetler özelde ise turizmin ekonomideki etkisi belirginleşmekte ve bu durum da kentlerin markalaşması olgusunu doğurmaktadır. Bununla birlikte, kentlerin markalaşma sürecinin; işletme disiplini içerisinde basit bir pazarlama ve imaj oluşturma ile siyasi ve bürokratik mantıkla yukarıdan-aşağıya alınan kararlarla oluşturulmak ve yönlendirilmek istenmesi tarihsel, yapısal ve ekonomik arka planın dikkate alınmamasına neden olmaktadır (Tek, 2009: 176).



Şekil 13: Ulusal Turizm Örgütleri için Destinasyon Pazarlama Süreci

Kaynak: Middleton ve Clarke, 2001: 338.

Şekil 13'te, Middleton ve Clarke'in (2001: 338) ulusal turizm örgütleri için hazırladığı destinasyon pazarlama süreci gösterilmektedir. Şekil 13'e göre; destinasyon pazarlama sürecinde dikkate alınması gereken birçok unsur bulunmaktadır. Sosyo-ekonomik çevre, politik çevre, fiziksel çevre, rakip faaliyetleri ile hükümet politikası ve bütçesi dikkate alınması gereken unsurlardan bazılarıdır. Ayrıca, hedef müşteri olan potansiyel ziyaretçilere ulaşma amacıyla kamu ve özel sektör birimlerinin iletişim ve ilişki ağı da önemli bir unsur olarak belirtilmektedir. Dolayısıyla, ulusal turizm örgütü tarafından hazırlanan tutundurma karması, pazarlama karması ve ticari pazarlama karması potansiyel ziyaretçiler ile kurulacak iletişimde ve önemli rol oynamaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri, destinasyonlar arasındaki rekabeti hızlandırmaktadır. Sadece somut kaynaklar üzerine kurulu bir rekabet anlayışı yerine somut kaynaklara ek olarak bilgi ve güven gibi soyut kaynakların üretilebilme kapasitesini de içeren bir rekabet anlayışı önem kazanmıştır (Morvillo vd., 2006: 169). İnternet, tüketicilerin mal ve hizmet satın alma yollarını değiştirmektedir. Kredili ödeme sistemlerinin kullanımı artmaya devam edecektir. Tatil yerleri, konferans merkezleri ve diğer destinasyonlar kendilerini araçlara bağlı olmaksızın daha kolay pazarlamaktadırlar. Havayolu hizmetleri ve ulaştırmayı sağlayan diğer işletmeler için de aynı durum söz konusudur (Cetron, 2001: 21). Multimedya teknolojileri, arz sistemi sürecinde yer alan taraflar arasındaki koordinasyonu kolaylaştırarak arz sistemini, sanal ortamda yeniden tasarlamaktadır. Böylece politika geliştiriciler tarafından yerel kalkınma aracı olarak görülen işletmelerin yönetilmesi için yeni bir sistem kurulmuş olmaktadır (Morvillo vd., 2006: 183).

2.2. Turizm Destinasyonu Yönetim Yaklaşımları

Yönetim; belirlenen ortak amaç ve hedeflere ulaşılması amacıyla birden fazla kişi, kurum, kuruluş veya grubun gerçekleştirdiği işbirliği şeklinde ifade edilebilir (Özer, 2005: 24; Bozkurt ve Ergun, 2008: 265; Simon vd., 2010: 3). Birbirinin yerine kullanılabilen idare ve yönetim kavramlarından genellikle eski Türkçe'de kullanılan idare, bir işi veya hizmeti düzenlemek ve yürütmek anlamının yanı sıra işi ya da hizmeti düzenleyecek veya yürütülecek organı ifade etmek amacıyla kullanılırken (Ulusoy ve Akdemir, 2006: 21) yönetim, önceden belirlenmiş amaçları gerçekleştirmek için gerekli

olan araçlarla ilgili bir etkinlik ya da süreç anlamında kullanılmaktadır (Ergun, 2003: 608).

Turizm işletmeleri ve turistler, sosyokültürel ve fiziksel kaynakları yerel toplumlarla paylaşıyor. Bu kaynakların niteliğinin ve nicelleğinin bugün korunarak geleceğe ulaştırılması için tüm paydaşların çıkarları doğrultusunda kontrollü ve dikkatli bir yönetim anlayışının benimsenmesi gerekmektedir (Telfer ve Hashimoto, 2006: 153).

Böyle bir yönetim anlayışının yanı sıra turizmin ekonomide birçok sektör ile entegre olmuş bir yapıya sahip olması nedeniyle, geleceğin dünyasını şekillendirecek olan; küresel ekonomi ve küreselleşme, doğal kaynaklar ve çevre, bilim ve teknoloji ve demografik yapı gibi anahtar faktörlerin küresel turizm trendlerini de etkileyeceği gerçeği gözden kaçmamalıdır (Dwyer, 2004: 529).

Bir ülkenin yönetim sistemi, idarenin müdahale türü ve boyutu üzerinde önemli bir etkidir. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde devlet kontrolü ve işletmeciliği sınırlandırılarak özel sektörün serbestçe hareket edebileceği bir anlayışı benimsemekle birlikte, vatandaşlarının güvenliği ve refahı noktasında zorunlu durumlarda müdahil olmaktadır (Holloway, 1987: 221).

Bilgiç'e (2011: 101) göre süreç, yöntem ve kurallara uygun olarak işleri sevk ve idare etmek anlamında kullanılan yönetim (administration) yaklaşımından; yeni kamu yönetimi yaklaşımını temsil eden performans ölçme, sorumluluk alma, kaynakların etkin ve verimli kullanımı, hedef, strateji ve önceliklerin belirlenmesi gibi özel sektör işletmeciliği (management) anlayışına geçildiği görülmektedir. Çevik (2010: 44) ise, son yıllarda, dünya genelinde ortaya çıkan ve devam eden ekonomik kriz nedeniyle devletin, mali açıdan tekrar müdahale rolünü üstlenmeye başladığını ifade etmektedir.

Dredge vd. (2011: 13) turizm planlaması ve politikasına yönelik araştırmaların ve uygulamaların, yirminci yüzyılın ortalarından itibaren aşağıdaki beş akım altında kategorileştirilebileceğini ifade etmektedir:

1. Normatif/Kuralcı akım; turizmin yönetimi ve gelişmesinde rehberlik edici politikaların belirlenmesi ve takip edilmesini ifade etmektedir.
2. Öngörücü akım; farklı politika faaliyetlerinin sonuçlarının ve turizm üzerinde meydana getireceği muhtemel etkilerinin tahmin edilmeye çalışılmasını ifade etmektedir.

3. Usuli (prosedür) akım; turizmin nasıl planlanacağı ve yöneticiliğine dair önerileri ifade etmektedir.
4. Tanımlayıcı/Açıklayıcı akım; politikanın nasıl yapılacağına dair bilgi üretilmesi ve anlaşılması ile nasıl kesin sonuçlar elde edilebileceğinin açıklanmasını ifade etmektedir.
5. Değerlendirici akım; kapsam, dağıtım, süreç, sonuç ve etkilerin yer aldığı politika boyutlarının değerlendirilmesini ifade etmektedir.

Medlik (1997: 129) turizm planlaması ve gelişimi kapsamında gerekli olan bilginin toplanmaya başlanmasından önce bilginin hangi amaç için kullanılacağına kesin olarak karar vermenin en uygun başlama noktası olacağını belirtmektedir.

Rekabet güçlerinin geliştirilmesi ve güçlendirilmesine katkıda bulunacak proaktif ve reaktif stratejileri geliştirebilmek için yönetim alanındaki gelişmeleri ve ortaya çıkan yeni yönetim yaklaşımlarını araştıran turizm işletmelerini ve turizm destinasyonlarını parlak bir gelecek beklemektedir (Costa ve Buhalis, 2006: 252).

Bonetti vd. (2006: 130) turizm sistemi ve turizm ürünleri ilişkisi sürecinde, turizm kaynaklarının, pazar güdümlü ve kaynak tabanlı olmak üzere iki yaklaşım başlığı altında ele alınabileceğini ifade etmektedir. Pazar güdümlü yaklaşımda, yeni turizm ürünleri ortaya koyabilmek için mevcut kaynaklar yeniden düzenleniyor ve birleştiriliyor. Kaynak tabanlı yaklaşımda ise, mevcut kaynaklar ile tamamen yeni kaynaklar birleştirilmekte ve böylece bölge, yeni bir kimlik kazanırken turizm sistemi de yeniden yapılandırılmış olmaktadır.

2.2.1. Turizm Destinasyonu Yönetimi

Turizm destinasyonu yönetimi; öncelikli pazarların tespiti, konaklama, seyahat, ulaştırma ve yiyecek-içecek işletmelerinin kapasite tespitlerinin yapılması ile hastane, park ve güvenlik gibi altyapı unsurlarının analiziyle başlar. Bu nedenle, etkin bir turizm destinasyonu yönetimi için turizm endüstrisinin arz ve talep durumunu gösteren yerel, bölgesel ve ulusal düzeylerde bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır (Vanhove, 2005: 21).

Burkart ve Medlik (1988: 46) çekicilikler, tesis ve olanaklar ile ulaşılabilirlik faktörünün yanı sıra turistik bir destinasyonun turizmden maksimum düzeyde yararlanması için bir turist organizasyonunun/örgütünün de bulunmasının zorunlu olduğunu belirtmiştir.

Bu bağlamda, genellikle özel sektör liderliğinde kurulan bir destinasyon yönetim / pazarlama örgütü (destination management/marketing organization), destinasyonda bulunan tesisler, imkanlar ve ziyaret edilecek yerler ile ilgili turistler ve diğer taraflara bilgi akışı sağlamaktadır.

Destinasyon pazarlama örgütleri yaklaşık olarak yüz yılın üzerinde bir süre önce ortaya çıkmışlardır. İlk bölgesel turizm örgütü 19. yüzyılda, ilk ulusal turizm örgütü ise 20. yüzyılın başında kurulmasına rağmen bu tür örgütlerin çoğunun kurulması oldukça yenidir (Pike, 2004: 37). Destinasyon pazarlama örgütlerinin misyonları genellikle, olumlu bir destinasyon imajı oluşturarak ve geliştirerek hedef pazar olarak belirlenen turistleri çekmek ve ziyaretçi sayısını artırmak üzerine kuruludur (Jamal ve Jamrozy, 2006: 167).

Pike'e göre (2004: 14) bir destinasyon pazarlama örgütü: "Sınırları belirlenebilir bir destinasyonun pazarlanması ile sorumlu herhangi bir düzeyde faaliyette bulunan bir örgüttür." Destinasyon yönetim/pazarlama örgütleri, geleneksel olarak turizm endüstrisinin çıkarlarına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır (Jamal ve Jamrozy, 2006: 167).

Ülkeler, bölgeler ve şehirler gibi yerler arasında rekabetin ortaya çıkması destinasyon pazarlaması kavramını geçmişte olduğundan daha önemli bir konuma taşıdı (Leu, 2001: 270). Her bir destinasyon pazarlama örgütünün temel amacı destinasyonun pazardaki rekabetçiliğini daha iyi bir konuma ulaştırmaktır (Pike, 2008: 73).

Yüksel'e (2004: 1) göre, teknolojide yaşanan gelişmeler aracılığıyla iletişim araçlarında yaşanan hızlı gelişim, herhangi bir gelişmenin çok kısa bir süre içerisinde yayılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum da özel sektör ile kamu yönetimi açısından sosyal, ekonomik ve idari yapılar üzerinde değişim baskısına neden olmaktadır.

Destinasyon yönetiminin yönetim-bilim bakış açısıyla ele alınması gerektiğini savunan Türkay'a (2014: 20) göre destinasyon yönetim süreci şu aşamalardan oluşmaktadır:

- a. **Destinasyon Planlama:** Destinasyonda turizm gelişiminin planlanması, kritik aşama ve sınırların belirlenmesi, hedeflerin, kaynakların ortaya koyulması, hangi hedefe hangi kaynakla varılacağına netleştirilmesi, stratejiler oluşturulması ve stratejilere yönelik kararların mekan ölçeğinde belirlenmesini kapsar.

- b. **Destinasyon Yönetim Örgütü (DYÖ):** Destinasyonda turizm gelişimini yönetecek, yönlendirecek örgütün ortaya çıkarılması, bu örgütün türü, işleyişi ve görev ve sorumluluklarını ifade etmektedir.
- c. **Koordine etme:** DYÖ tarafından paydaşlar arasında ve paydaşların çıkarları arasında bir denge ortaya koymak adına koordinasyonu, birlikte hareket etmeyi ifade etmektedir.
- d. **Yürütme/Yönelme:** Destinasyonda turizm operasyonlarının etkinliği için önlemler almayı, müdahalelerde bulunmayı ifade etmektedir.
- e. **Kontrol:** Destinasyonda turizm gelişimini belli periyotlarda kontrol etmeyi ve yönetsel süreçlerde bu kontrole dayalı kararlar üretilmesine olanak sunmayı ifade etmektedir.

Ünal'a (2013: 35) göre, özel sektör her ne kadar bazı kurallar çerçevesinde faaliyetlerini sürdürse de asıl ve tek amacı kârdır. Bu nedenle, özel sektör değer yargıları, inanç sistemleri, eşitlik, saydamlık, şeffaflık gibi değer ve ilkeleri dikkate almaz hatta rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü kurmak amacıyla faaliyetlerini gizlilik içeresinde gerçekleştirir. Kamu kesimi gibi hesap verme zorunlulukları olmadığı için karar alma süreçleri hızlı ve esnektir. Bununla birlikte, halkın genel istek ve ihtiyaçları özel sektörün stratejilerinde dikkate alınmaz.

2.2.2. Turizm Destinasyonu İdaresi

Toplumun ortak ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla kamu hizmetlerine duyulan ihtiyaç, idarenin varlık sebebi olarak belirtilebilir. İdare kavramı, kamu idaresi ya da diğer bir ifadeyle kamu yönetimi anlamına gelmektedir. İdare, kamu idaresi ya da kamu yönetimi özel sektörde kullanılan idare kavramının karşıtıdır (Derdiman, 2003: 4)

"Yüzyıllardır hiyerarşik otorite kamu yönetiminin entelektüel temeli olarak görülmüştür (Özer, 2006: 68)." Kamu hizmetlerinin yerine getirilmesi sürecinde, devletin "doğrudan hizmet sunumu" yerine altyapıyı hazırlama, gözetim ve denetim gibi rolleri üstlenmesi günümüzde yaygın kabul gören anlayışı temsil etmektedir (Bilgiç, 2011: 96).

1970'li yılların sonu ve 1980'li yılların başından itibaren yönetim anlayışında yaşanan değişimler doğrultusunda, Weber'in bürokratik örgütlenme modeline dayanan ve devletin güvenlik, eğitim, sağlık ve bazı yerel nitelikli hizmetler gibi kamusal hizmetleri

ifade eden geleneksel kamu yönetimi anlayışı gözden düşmeye başlamış ve yeni kamu yönetimi (new public management) anlayışı ortaya çıkmıştır (Bilgiç, 2011: 99).

Yeni kamu yönetimi yaklaşımında amaç devletin kamu hizmetlerinin nicel büyüklüğünü küçültürken niteliğini iyileştirmektir. Bu bağlamda etkinlik, verimlilik, yönetim (governance), yönetime katılma, açıklık, işletmecî yönetim, toplam kalite yönetimi, bağımsız idari otoriteler gibi unsurlar önem kazanmıştır (Bilgiç, 2011: 99). Eryılmaz'a (2008: 25) göre "yeni kamu yönetimi anlayışı; rekabeti, piyasa sisteminden daha çok yararlanmayı, sonuç odaklılığı, vatandaş merkezli yaklaşımı ve özel sektörde uygulanan yönetim tekniklerinin kamuda da uygulanmasını benimsemiştir."

Önemli sayılabilecek oranlarda turist çeken birçok ülke, turistik ürün ve hizmet arzında bulunan tarafların faaliyetlerini gözetmek ve desteklemek için ulusal bir turizm örgütüne sahiptir. Bu örgütlerin, gözetleme ve destekleme rolleri dışında pazarlamayla ilgili tutundurma rolü de bulunmaktadır (Burkart ve Medlik, 1988: 217). Jeffries'e (2007: 55) göre pazarlama, ulusal turizm örgütlerinin başlıca görevidir. Ayrıca turizm endüstrisinin pazarlama faaliyetlerine de dolaylı olarak yardım etmek ve desteklemek zorundadır. Turizm pazarlama stratejilerinde hükümetlerin takip ettikleri politikalar şöyle özetlenebilir (Middleton ve Clarke, 2001: 339):

- Turizm gelirlerini artırmak.
- Talebi ülkenin alanlarına ve mevsime yönlendirmek.
- Tüketicilerin çıkarlarını korumak, sunulan ürün kalitesini ve destinasyonun çevresini geliştirmek.
- Akıllı büyüme olarak da adlandırılan sürdürülebilir kalkınmayı güvenceye almak.

Birçok destinasyon pazarlama örgütü, ulusal ve yerel düzeyde kamu yönetimi bünyesinde bir departman olarak ortaya çıkmıştır (Pike, 2008: 73). Örgütlerin yapılanmasında ve yönetim anlayışında birbiriyle bağlantılı üç önemli değişim yaşanmaktadır (Hales, 2006: 87):

1. Merkezi ve süreç odaklı bürokrasiden daha merkezi olmayan ve performans odaklı bir yönetim anlayışına doğru değişim.
2. Parçalı ve standart işletme sistemlerinden daha bütüncül, çalışanların katıldığı ve güçlendirildiği entegre yapıya doğru bir değişim.

3. Belirli alanlarda emir ve kontrol rolüne sahip yöneticilerden sorumluluk alanlarının daha esnek olduğu bir liderlik ve koordinasyona doğru değişim.

Gelişmekte olan turist destinasyonu ülkelerde bulunan ulusal turizm örgütleri, ülkelerinin turizmi üzerinde çok büyük bir etkileme gücüne sahiptir. Bu örgütler, yürütülen pazarlama faaliyetlerinin başarısını en etkin şekilde değerlendirecek birimlerdir. Bununla birlikte uygulamada, bu örgütler çok sınırlı bir bütçeye sahip olmalarının yanı sıra profesyonel yönetim yetenekleri bakımından da büyük eksikliklere sahiptir. Bu nedenle sahip olunan avantajlardan yararlanamayan bu örgütler, büyük ve güçlü tur operatörlerinin etkisi altında kalmaktadırlar (Middleton ve Clarke, 2001: 333).

Çok sayıda ve farklı değerlere sahip paydaşların, sınırlı ya da yegâne kaynaklar üzerindeki rekabeti, destinasyonların giderek artan zorluklarla karşılaşmasına neden olmaktadır (Jamal ve Jamrozy, 2006: 164). Küreselleşmenin 2000'li yıllarda etkisini daha fazla hissettirmesi ve küresel mali krizler karşısında çözüm üretilememesi, yeni kamu işletmeciliğine yönelik olumsuz eleştirileri artırarak yeniden müdahaleci devlet anlayışına dönülmesi tartışılmaya başlanmıştır (Canpolat ve Cangir, 2010: 30).

Devletin düzenleme araçlarını kullanması, sürdürülebilir turizme yönelik amaçların başarıyla yerine getirilmesi düzeyini artırmaktadır (Bramwell, 2004: 412). Destinasyon pazarlama örgütü her ne kadar ulusal turizm örgütü ya da ulusal turizm idaresi ile birbirinin yerine kullanılsalar da aslında destinasyon pazarlama örgütü, ulusal turizm örgütünün bir parçası olarak sadece ülkelerin bütün olarak pazarlanmasıyla sorumludur (Middleton ve Clarke, 2001: 327).

Sıkışıklık, tıkanma ve aşırı talep günümüzün gelişmiş dünyası için bir sorun olarak görülebilir. Herhangi bir zamanda ziyaret edilmek istenen bir yerin fiziksel engellerden dolayı belirli bir kapasitesi vardır. Eğer bu sorunun çözümü, sektörün pazar mekanizmalarına bırakılacak olursa sorunun çözümü basittir. O çözüm de sıkışıklığı ve aşırı talebi engelleyecek düzeye kadar fiyatların yükseltilmesine izin verilmesidir. Ancak bu çözüm önerisi ile sadece pazarda yer alan birkaç grubun çıkarlarına hizmet edilmiş olmaktadır. Bunun yerine, maksimum yıllık ziyaretçi sayısı tekniğiyle erişimi kontrol altında tuttuğu idari limitler tespit edilebilir (Todd, 2001: 16).

Rızaoğlu'na (2004: 262) göre hükümetler; ülke, bölge, yöre, kent ve belediye düzeyinde pazarlama ve turizm ile ilgili konularda sorumlu kuruluş veya bölüm kurabilirler. Ülke

düzeyinde, hükümetlerin turizme müdahil olmalarında; turizmin kontrolsüz bırakılması durumunda, çevre üzerinde oluşacak olumsuz sonuçlar ile toplumun ve ekonominin olumlu ve olumsuz yönden etkilenmesinin önemli rolü bulunmaktadır (Page, 2009: 417).

1963 yılında Roma'da düzenlenen Birleşmiş Milletler Uluslararası Seyahat ve Turizm Konferansı'nda, turizmin gelişiminde örgütlerin rolü tartışılmıştır. Bu kapsamda; ulusal turist faaliyetlerinin harekete geçirilmesinin ve koordinasyonunun hükümetlerin yükümlülüğü olduğu; turist faaliyetlerinin harekete geçirilmesi ve koordinasyonu rolü ulusal turist örgütleri vasıtasıyla yerine getirilebileceği; ulusal turist örgütlerine, ulusal ve uluslararası turizmin desteklenmesi ve gelişimi için hükümetlerin beklentilerini etkin bir şekilde yerine getirmesini sağlayacak yetki ve kaynakların verilmesi olmak üzere üç öneri sunulmuştur (Bhatia, 2002: 108).

Leu'ya (2001: 265) göre, turizmi "destinasyon" şeklinde adlandırılan bir sahnede sergilenen ve Ulusal Turist Büroları (National Tourist Offices-NTOs) tarafından idare edilen bir tiyatro gösterisi olarak görmek mümkündür. Diğer taraftan ev sahibi ile ziyaretçi arasındaki ilişki, insanın saygınlığı ve şerefi açısından ele alındığında, turistlerin çıkarları için ev sahibi "dans eden ayı" rolüne sokulmamalıdır.

Ulusal düzeyde turizm öncelikle hükümetlerin sorumluluğundadır. Turizm politikasının hazırlanması ve plan haline dönüştürülerek ulusal ekonomide turizmin yerinin görülmesi, izlenecek hedeflerin belirlenmesi, ulusal ve bölgesel planlamada turizmin yerinin tespit edilmesi ve daha sonra sayısal hedeflerin belirlenmesi ulusal düzeyde resmi, yarı-resmi veya resmi olmayan bir turizm örgütü vasıtasıyla gerçekleştirilir (Burkart ve Medlik, 1988: 257).

Destinasyon Pazarlama Örgütleri'nin kurulum sürecinde karşılaşılan önemli bir konu, hükümetlerin ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte gerçekleşen bu süreçlerde oynadığı roldür. Her ne kadar girişimciler bu süreçte hızlandırıcı ve kolaylaştırıcı bir rol üstlenseler de uzun dönemde kamunun desteği olmadan etkili olmaları çok kolay olmamaktadır (Pike, 2004: 18).

2.2.3. Turizm Destinasyonu Yönetişi

"Yönetişim (governance) ilk defa 1989 yılında yayınlanan OECD raporunda yer almıştır. Yönetişim ile amaçlanan devlete biçilen düzenleyici rol çerçevesinde belli bir

kamu hizmeti alanında karar mekanizmalarında o hizmet alanındaki hem kamu örgüt ve kişileri hem de toplumdaki örgüt ve kişiler rol almalı ve kararları beraber vermelidir (Çevik, 2010: 43)."

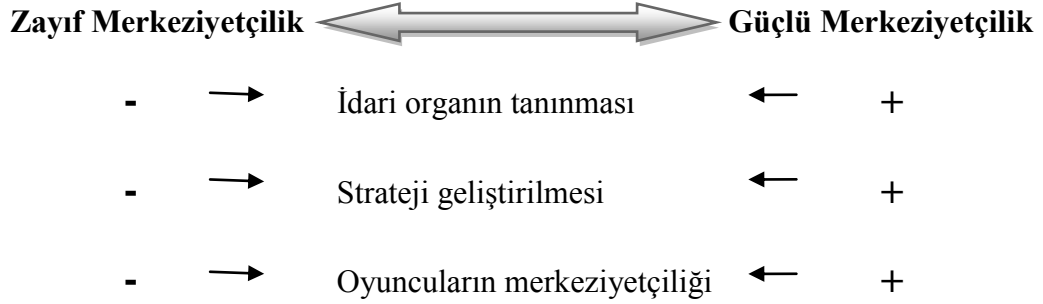
Genellikle kamuyu yönlendirmekte sorumluluk dengesinin devletten sivil topluma doğru devredilmesini ifade eden (Tekeli, 2003: 627) yönetim günümüzde, ülkelerin sahip oldukları kaynaklarını, toplumun ekonomik ve toplumsal gelişimi açısından nasıl kullanılacağını belirleyen kurumsal yapılar kabul edilmektedir. Bu süreçte kararların nasıl alındığı, gücün kullanılış biçimi ve toplumu oluşturan bireylerin katılım şekli ise yönetimin kalitesini belirleyen unsurlardır (Özer, 2006: 65). Yönetim, sosyal düzenin sağlanması için sosyal eylemleri harekete geçiren ve düzenleyen süreçleri içermektedir (Bramwell ve Lane, 2011: 412).

Özer'e (2006: 59) göre, 1990'larla başlayan küreselleşme ile birlikte devletin, ortaya çıkan fırsatlar ve sorunlar arasında denge bulma görevini, etkin bir şekilde yerine getirebilmesi amacıyla yönetim yapısının kurulması gerekmektedir. Fürst'e (2011: 155) göre yönetim modeli, geleneksel hiyerarşik kamu yönetimi modeli ile rekabet eksikli piyasa modeli arasında bir anlayışı ifade etmektedir. Bu kavramın odağında "ortaklaşa yönetim" anlayışı bulunmaktadır.

Yönetim kavramı; devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşu olmak üzere üç tarafı kapsamakla birlikte, bu üç taraf arasında herhangi bir üstünlük olmadığını, her üç tarafın da ülkenin vatandaşlarına daha iyi hizmet sunmak amacıyla hareket eden eşit tarafları ifade etmektedir (Özer, 2006: 70). Akyel ve Köse'ye (2010: 10) göre: "Yönetim yaklaşımının temelini etkinlik kavramı oluşturmaktadır. Ayrıca, hesap verebilirlik, katılımcılık, vatandaş odaklılık, şeffaflık ve denetim gibi kavramlar etkinliği sağlayan temel unsurlar olarak kabul edilmektedir." İyi yönetimin birbirini tamamlayan; şeffaflık, hesap verebilirlik, katılımcılık, cevap verebilirlik, hukukun üstünlüğü, etkinlik, eşitlik ve stratejik vizyon olmak üzere sekiz ilkesi bulunmaktadır (Özer, 2006: 79-81).

Fürst'e (2011: 168) göre yönetimin amacı, "bölgesel düzeyde siyasal ve yönetsel kurumlarla birlikte, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının birlikte çalışmasını sağlamak ve ortak çıkarları gündeme getirmektir." Müller (2001: 66) tek başına hareket etmenin, gelişmenin harekete geçirilmesi noktasında tedirginlik yarattığını ifade

etmektedir. Bu nedenle, sorumlulukların üstlenilmesinde ortak hareket etmeyi zorlayıcı bir trende geçilmesi gerektiğini belirtmektedir.



Şekil 14: Yönetişim Fonksiyonlarının Merkeziyetçi Sistemi

Kaynak: Bonetti vd. (2006: 121).

Bonetti vd. (2006: 120-121) Şekil 14'te gösterilen yönetim fonksiyonlarının merkeziyetçi sisteminde yer alan unsurları şöyle açıklamaktadır:

Zayıf Merkeziyetçilik: İç ve dış örgütler, idari organı tanımamakta, strateji geliştirme ve merkeziyetçilik düzeyi düşüktür. Karar verme mekanizmalarında yer alan örgütlere ortak bir düzenleme esasına göre fonksiyonların eşit olarak dağıtılması anlamına gelmektedir.

Güçlü Merkeziyetçilik: İç ve dış örgütler, idari organı tanımakta, strateji geliştirme ve merkeziyetçilik düzeyi yüksektir. Hiyerarşik tabanlı karar verme mekanizmalarında yer alan örgütler için rollerin ve fonksiyonların açıkça tanımlanması anlamına gelmektedir.

İdari organın tanınması: Stratejik işlevleri yerine getirmeye çalışan idari organın iç ve dış örgütler tarafından tanınarak kabul edilmesini göstermektedir.

Strateji geliştirilmesi: Bir sisteme bağlanmış yazılı düzenlemelerin ve araçların kullanım düzeyini göstermektedir.

Örgütlerin merkeziyetçilik düzeyi: Farklı oyuncular arasındaki ilişkilerin dağılımı ve sonuç olarak bütün şebekenin merkeziyetçilik düzeyini göstermektedir.

Yönetişim; küresel yönetim, kamu yönetimi ve iyi yönetim olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Özer, 2006: 74-81). Yönetişim, coğrafi ölçekte ulus ötesi, ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde ortaya çıkabilir. Bununla birlikte mekânsal düzeyde yönetim, coğrafi birimlerin kendilerine has karakteristiklerinden dolayı birbirinden

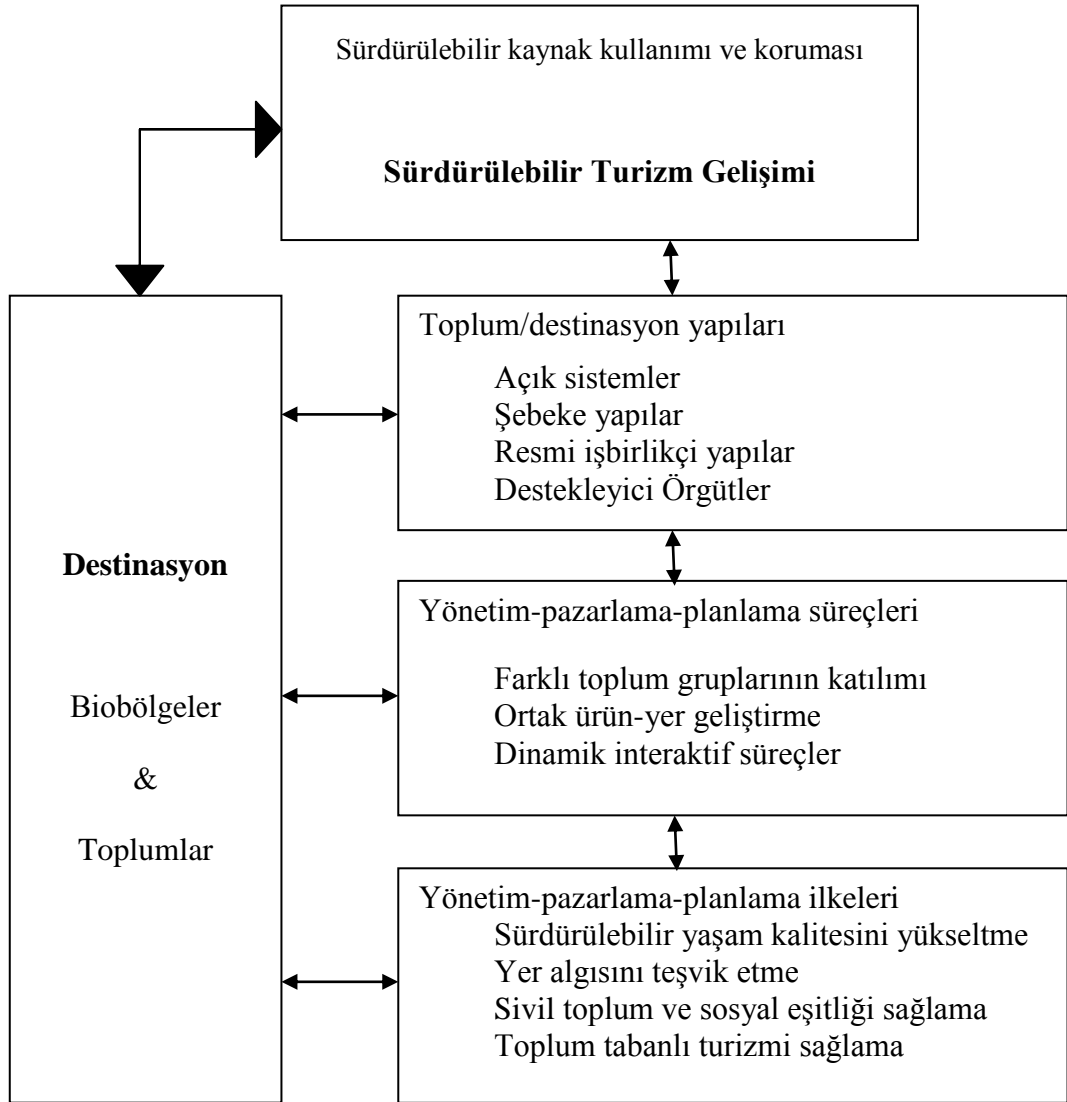
farklı durumlar ortaya çıkabilir. Bu nedenle, gerek bir coğrafi birimin sınırları içerisinde gerekse diğer coğrafi birimlerle olan ilişkilerde, yönetim farklı işlevleri ve eylemleri gerektirebilir (Bramwell ve Lane, 2011: 416).

Bir endüstri olarak turizm, kamu ve özel sektör bileşenlerine sahiptir. Genel olarak özel sektör konaklama, ulaştırma, eğlence hizmetleri ve destinasyonların pazarlanması konularında merkezde yer almaktadır. Kamu sektörünün müdahalesi ise birçok faktörden dolayı söz konusu olmaktadır. Bu faktörlerin en önde gelenleri; özel sektörün faaliyetlerini düzenlemek, altyapı ve üstyapıyı oluşturmak, özel sektörün performansını olumsuz etkileyecek engelleri kaldırmak ve pazar başarısızlıklarını farklı yollarla yenileyerek gidermeye çalışmaktır (Heeley, 2001: 274).

Timur ve Getz (2008: 458) destinasyonların, artık farklı paydaşların endişelerini dikkate almamasının söz konusu olamayacağını ve daha katılımcı modeller geliştirmeye zorlandıklarını ifade etmektedir. Farklı paydaşların, birbirlerine olan bağlılıkları kamu organları, özel sektör, kişiler ve diğer birimler üzerinden temsil edilmektedir. Medlik (1997: 129) turizmin planlanması ve gelişim sürecinde yerel halkın bulunması şeklinde yürütülen turizmi, *toplum turizmi* olarak adlandırmaktadır.

Müller (2001: 69) turizmde sadece "kazananların" olmadığını aynı zamanda birçok insanın dış etkilerden dolayı olumsuz etkilendiğini belirtmektedir. Özellikle, turizmin yoğun olarak geliştiği turizm alanlarında, bir tür "turizm bıkkınlığının" yayılmakta ve turizmin farkındalığı konusunda sorunlar bulunmaktadır. Bu tür olumsuz durumlara yol açılmaması için turizmden olumsuz etkilenen tarafların hem turizmin geliştiği destinasyonlarda hem de turizmin operasyonel sürecinde aktif rol almaları sağlanmalıdır.

Bir turizm destinasyonunda ortaya çıkabilecek krizlere karşı birçok tarafın bir arada uygun bir yöntemle yerel, ulusal ve uluslararası idareciler arasında, kamu-özel işbirliği halinde ve birbiriyle uyumlu ve koordineli eylemlerin yürütülmesi çok önemlidir. Burada tek sorumlu organ turizm bakanlığı değildir. Turizm bakanlığının politika ve eylemlerinin ulaştırma bakanlığı, kültür bakanlığı, ekonomi bakanlığı, ulusal turizm örgütleri, tur operatörleri ve yerel turizm temsilcileri tarafından da desteklenmesi gerekmektedir (Cavlek, 2006: 344).



Şekil 15: Tümüleşik Destinasyon Yönetimi: Yapılar, Süreçler ve İlkeler

Kaynak: Jamal ve Jamrozy, 2006: 165.

Tümüleşik destinasyon yönetimi; ekolojik, fiziksel ve sosyal alanlarda bulunan birçok farklı türde ağ ve kuruluş yapılarıyla birbirine bağlantılı olan bir sistemi ifade etmektedir (Jamal ve Jamrozy, 2006: 166). Bir ülkede, kamu sektörü ile özel sektör arasında bir işbirliğinin gerçekleştirilebilmesi, egemen olan ekonomik, politik ve sosyal politikalarla yakından ilişkilidir (Wanhill, 2004: 368). Turizm destinasyonu yönetişimi işbirliği, liderlik ve ortak bir amaç için birlikte çalışma anlayışıyla mümkün olabilir (Ghirelli, 2013: 4).

Wanhill'e (2004: 367) göre turizm; konaklama, ulaştırma, yiyecek-içecek işletmeleri, alışveriş olanakları, ekicilikler, eğlence, kamu altyapı desteği ve ziyaret edilen turizm destinasyonunda yaşayan toplumun yaşam tarzını içeren çok boyutlu bir üründür. Bu nedenle, başarılı bir turizm gelişiminin özünde, turizm hareketliliğine katılan ziyaretçilerin talebi sürdürülebilir bir yaklaşımla yerine getirilirken, farklı paydaşların da iştirakçi olarak yer alması bulunmaktadır.

Bramwell'e (2004: 409) göre, sürdürülebilir turizm için hangi ilkeler veya idealler ortaya konulsa da bu ilkelerin uygulanması sürecinde birçok problemle karşılaşılacaktır. Pazarda faaliyet gösteren, farklı düşünce ve amaçlara sahip çok sayıda tarafın varlığı ve kapitalist düzenin baskısı bu problemlerle karşılaşılmasında rol oynayan önemli faktörlerdir. Murphy ve Price (2004: 188) sürdürülebilir bir turizm gelişimini, akademik çalışmalar ve hükümet raporlarından çıkarıp turizm pazarına sunmak için endüstri ve turiste yönelik paydaşların bir araya getirilerek, bu kavramın tartışılmasının ve nasıl uygulamaya geçirileceğinin bir zorunluluk olduğunu ifade etmektedir.

Pazarlama-planlama sürecinde, her ne kadar işletmeler ile yerel toplum arasında bir diyalogun olması gerekliyse de bu süreçte, destinasyon pazarlama örgütlerinin herkesi memnun etme tuzağına düşmemesi gerekmektedir. İ paydaşlara ne kadar çok kaynak ve zaman ayrılırsa, aynı oranda, mevcut ve potansiyel turistlerle olan iletişimden vazgeçilecektir (Pike, 2004: 125). Svensson vd. (2006: 83) destinasyon gelişiminde; yönetişim yaklaşımının, geleneksel planlama yaklaşımı ve geleneksel yönetim yaklaşımlarına göre daha uygun olduğu görüşlerini şu varsayımlar üzerine ifade etmişlerdir:

1. Destinasyonların dikkate alınması gereken çok-aktörlü karmaşık bir yapısı var.
2. Destinasyon gelişimi sürecinde, destinasyonda bulunan aktörler arasında bir kaynak bağımlılığının olduğu unutulmamalıdır.
3. Destinasyonlarda, kamu-özel ilişkisi önemli bir faktördür. Destinasyon gelişiminde hükümetlerin rolüne karşı özel işletmelerin rolü de dikkate alınmalıdır.

21. yüzyılın girişimcilik ortamında amaç, geleneksel kamu sektörü anlayışı ile yerel ticari kuruluşlar, büyük yatırımcılar ve özel sektörü temsil eden diğer nüfuz sahibi işletmeciler tarafından takip edilen pazar tarafından yönlendirilen ekonomi anlayışı

arasında bir dengenin kurulmasıdır (Howie, 2003: 146). Bonetti vd. (2006: 119) başarılı bir bölgesel turizm gelişimi için bölge üzerinde etki gücüne sahip yerel ve diğer idari yönetimler, yatırımcı ve ticaret birlikleri, toplum birlikleri ve farklı paydaşları bir araya getirebilecek deneyimli ve tanınmış bir lider gibi önemli oyuncuların, bu süreçte yer alması gerektiğinin altını çizmektedir.

Üstüner'e (2011: 82) göre bireysel veya kolektif olarak yönetim ve yönetime katılma sorunsalı yönetim alanının temel ikilemelerindedir. Demokratik yönetim yaklaşımının öne çıkan en önemli özelliklerinden birisi "yönetime katılma" olarak kabul edilmektedir. Yönetim sürecinde, tüm tarafların eşitliğinin ve meşruluğunun kabul edilmesi ise gerek ideal yönetim anlayışına ulaşıldığını gerekse de eşitsiz güç ilişkisi nedeniyle ortaya çıkan toplumsal sorunların giderilmesine katkıda bulunulacaktır. Bununla birlikte günümüze kadar, her türlü yönetsel süreçte tüm tarafların benimsediği ve meşruluğunu kabul ettiği bir katılım modeli veya modellerinin geliştirildiğini söylemek de oldukça güçtür.

		Aktörler	
		Kamu Aktörleri	Özel Aktörler
Yönetim Türleri	Hiyerarşik	HİYERARŞİ Ulusal ve Uluslararası Kuruluşlar	PAZAR Pazar ve kamu enstrümanlarının özelleştirilmesi
	Hiyerarşik Değil	ŞEBEKE (AĞ) Kamu-Özel Ortaklıkları	TOPLULUK Kamu-Özel Ortaklıkları, Topluluklar

Şekil 16: Yönetişim Tipolojisi Çerçevesi

Kaynak: Hall, 2011: 443.

Şekil 16'da Hall tarafından geliştirilen yönetişim tipolojisi çerçevesi gösterilmektedir. Bu bağlamda, yönetişim tipolojisi yönetim türleri ve aktörler açısından incelenmektedir. Kamu ve özel sektör aktörleri tarafından benimsenen hiyerarşik ya da hiyerarşik

olmayan bir yönetim türüne göre; hiyerarşi, pazar, şebeke ve topluluk olmak üzere dört tür yönetim tipolojisi bulunmaktadır.

Her bir destinasyonun kendisine has belirli özelliklerinin olması turizm destinasyonu yönetiminde, destinasyon paydaşlarının birbirleriyle olan ilişkilerini kendilerinin düzenlemelerine olanak tanıyan bir kurumsallaşma ile başarıya ulaşabilir (Boksberger vd., 2011: 150). Bramwell ve Lane'e (2011: 412) göre, turizm yönetim süreci yönetmek, yönlendirmek, düzenlemek ve kuruluşlar, karar verme kuralları ve yerleşmiş uygulamalar gibi faaliyetleri başlatmak için çeşitli mekanizmaların katılımını içermektedir. Ivanovic'e (2009: 191) göre, turizm destinasyon yönetiminde; yerel toplum, turizm destinasyonunun ekolojik çevresi ve ziyaretçilerin birlikte dikkate alınması gerekmektedir.

Yönetişim Fonksiyonları	Yoğunlaşmış	Kuralcı (Normatif)	Lider Şirket
	Yayılmış	Girişimci	Parçalı
		Güçlü	Zayıf
		Koordinasyon Mekanizmaları	

Şekil 17: Destinasyon Yönetişim Modelleri

Kaynak: Angella vd., 2010: 68.

Angella vd. (2010: 68) tarafından Şekil 17'de gösterilen kuralcı (normatif), girişimci, lider şirket ve parçalı olmak üzere dört farklı destinasyon yönetim modeli geliştirilmiştir. Kuralcı model; farklı kategorilerden paydaşların çıkarlarını temsil eden yerel bir otorite üzerine kurulmaktadır. Aynı zamanda, bu yapı hem standartları belirlemekte hem de giriş-çıkış mekanizmasını düzenlemektedir. Bu modelde, yönetim yapıları ve mekanizmaları ya yasal düzenlemelerle ya da kısa dönemde

değiştirilemeyecek kesin ve katı yollarla düzenlenmektedir. Girişimci model; yerel turizm sisteminde yer alan, özel sektör veya kamu kuruluşlarından farklı ortakların, gönüllü üyeliğiyle kurulan ve geliştirilen bir modeli ifade etmektedir. Kurucuları tarafından belirlenen yönetim yapıları ve mekanizmaları, genel kurulda kolaylıkla yeniden düzenlenebilmektedir. Lider şirket modeli; finansal kaynağın dağıtımı ya da turistleri cezbetmede önemli rol oynayan yerel bir şirket ya da örgütün, turizm destinasyonu yönetişimini tek başına üstlenmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda, bu modelde paydaşlar arasındaki koordinasyon zayıf kalmaktadır. Parçalı model; belirli bir hedef kitle tarafından talep edilecek fırsatların ya da doğal kaynaklar ve sanatsal miras açısından çok zengin olan birçok destinasyonun kendiliğinden turizm destinasyonuna dönüşmesi ve gelişmesi nedeniyle ortaya çıkan yapıyı ifade etmektedir. Bu modelde, paydaşlar arasındaki işbirliği, kısa dönemli tanıtım faaliyetleriyle sınırlı olup destinasyon düzeyinde bir strateji eksikliği bulunmaktadır.

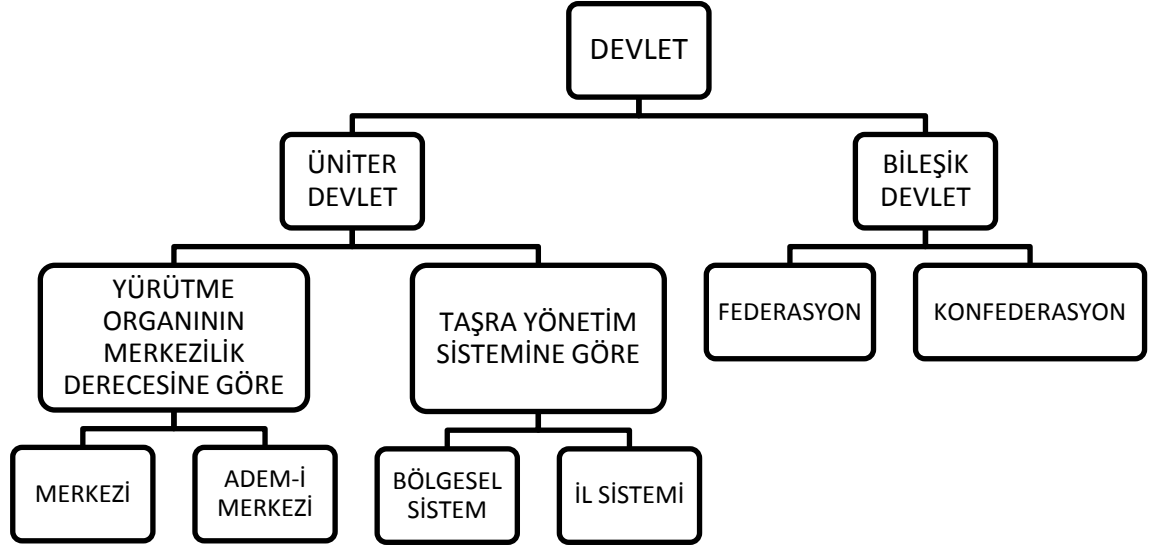
Küresel ölçekte yüksek düzeyde kaliteli hizmetin sunulabilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi turistler ve diğer paydaşların aktif olarak yer aldığı bir işbirliğiyle gerçekleşebilir (Go ve Klooster, 2006: 143). Seyahat eden insanların ve yerel toplum nüfuslarının artması artan bir şekilde doğal ve sosyal çevre üzerinde bazı etkilere sahip olmaktadır. Yirmibirinci yüzyılın pazar yapısında, işletmelerin ve destinasyonların başarılı olabilmesi, yaşamsal açıdan çok önemli olan kaynakları koruma ve sürdürülebilir kullanım yeteneklerine bağlıdır (Jamal ve Jamrozy, 2006: 164). Doğayı koruma, inşa edilmiş çevreyi koruma, kaynakları koruma, kültürel mirası koruma gibi çeşitleri olan koruma; en genel tanımıyla kaynakların ve çevrenin titiz yönetimi anlamına gelmektedir (Howie, 2003: 175).

2.3. Turizm ve Örgütlenme

Gözübüyük'e (2010: 2) göre yönetim kavramı; yönetsel kuruluşlar ve yönetsel faaliyetler şeklinde adlandırılan birtakım kuruluş ve faaliyetleri ifade etmektedir. Koçel'e (2005: 26) göre, organizasyon terimi işletme alanında üç anlamda kullanılabilir; (1) Bir yapı, iskelet, önceden planlanmış ilişkiler topluluğu, (2) Birinci anlamda kullanılan yapının oluşturulma sürecini, bir seri faaliyeti, organize etme faaliyetler.

Dünyada devletlerin örgütlenme modellerine bakıldığında bu modeller; Fransa, İngiltere, Mısır, Küba, Japonya gibi ülkelerin yer aldığı üniter devletler ve ABD,

Almanya, Hindistan, Arjantin gibi ülkelerin yer aldığı federal devletler olmak üzere iki ana kategori altında toplanmaktadır (Parlak, 2011: 343). Eryılmaz'a (2008: 60) göre devlet, bir toplum içinde en üst siyasi otoriteye sahip bir kurum olarak toplumun birliğini, düzenini ve meşru otoritesini temsil etmektedir.



Şekil 18: Devletlerin Temel Örgütlenme Modelleri

Kaynak: Parlak, 2011: 346.

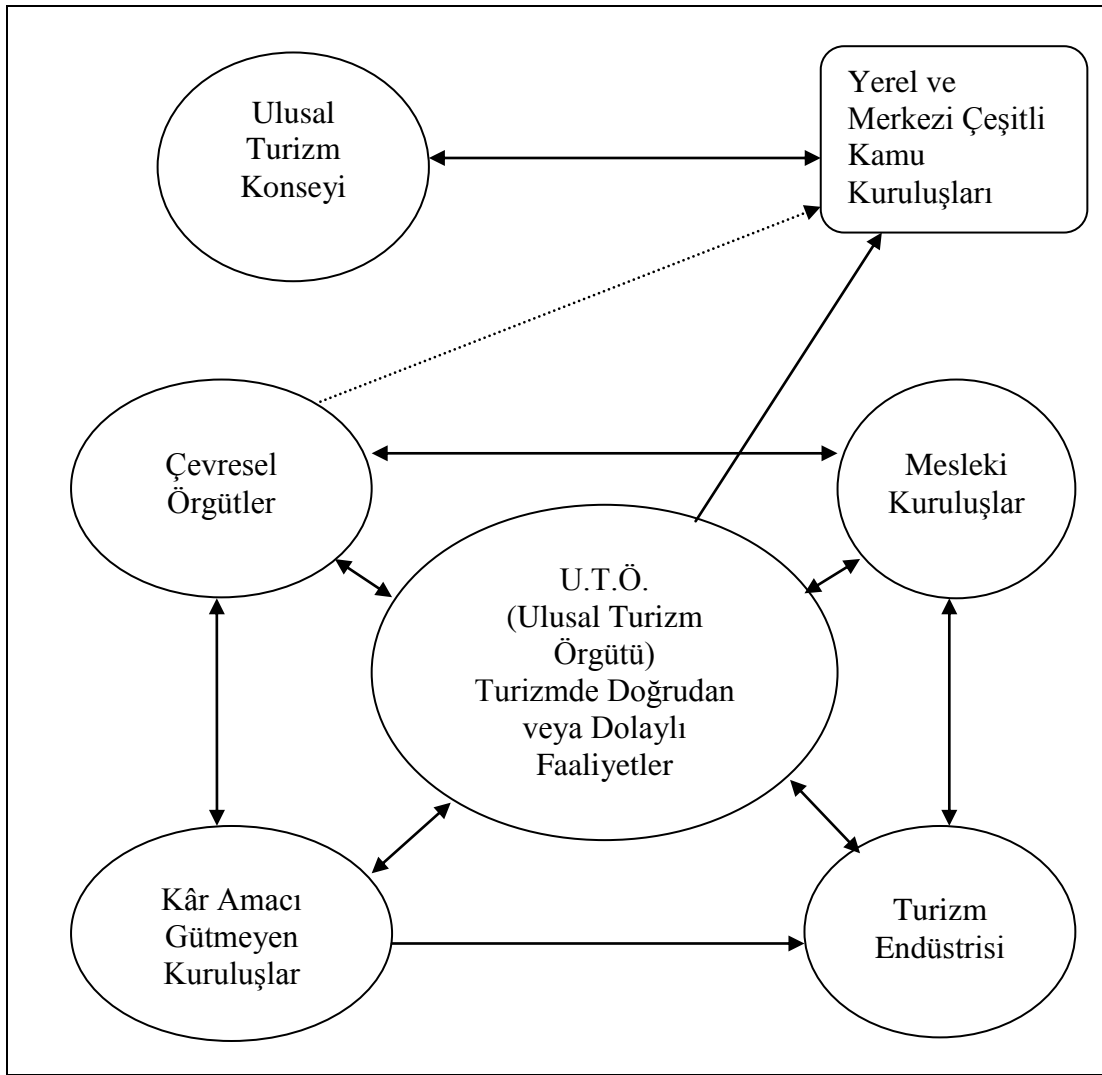
“Üniter ve federal devletler bağlamında genel bir değerlendirme yapıldığında, tarihi, coğrafi ve siyasi koşulların etkisiyle devletlerin örgütlenme modelleri oluşmaktadır. Coğrafyanın geniş bir sahaya yayılması ülkenin federatif sistemde bir devlet olmasını zorlarken, daha küçük coğrafyada kurulan ve sosyo-kültürel olarak daha homojen bir toplumsal yapısı olan devletler üniter sistemde ortaya çıkmaktadırlar (Parlak, 2011: 346).”

Turizm çevresi sermaye, teknoloji, personel ve bilgi ölçeğinde birçok kaynağı kontrol eden farklı organizasyonlardan oluşmaktadır (Yüksel ve Yüksel, 2000: 803). Olalı ve Korzay (1993: 12) turizm teşekküllerini; turizm kamu teşekkülü, turizm teşekkülü ve turizm işletmeleri olmak üzere üç başlık altında sınıflandırdıktan sonra "turistik mal ve hizmetlerin üretimi, satışı, finansmanı ve yönetimi ile ilgili faaliyetleri koordine ederek örgütlendiren kuruluşlardır." şeklinde tanımlamaktadır.

Medlik (1997: 149) dünyadaki en eski turizm örgütlerinin resortlarda yerel düzeyde kurulan örgütler olduğunu belirtmektedir. Bhatia (2002: 105) planlama, gelişme ve

büyüme konularında yaşamsal öneme sahip olmaları nedeniyle, herhangi bir endüstri için örgütlenmenin olmazsa olmaz bir zorunluluk olduğunu ifade etmektedir. Örgütler, örgütün kuruluş amacını başarmak isteyen bireylerden oluşmaktadır.

“Etkin bir turizm örgütü olmadıkça turizmin ülkenin hukuki kadrosu içinde gerçek yerini hatta adını alması ve turizm alanında ciddi bir çalışmanın beklenmesi olasılığı yoktur. Örgütün bir kamu veya özel kuruluş statüsüne sahip olması, ya da karma bir yapıya sahip bulunması, bakanlık veya komiserlik biçiminde kurulması tartışılabilir. Zamanla en uygun model de bulunabilir. Türkiye’de örgütlenmenin, önce bir masa, daha sonra bir müdürlük, bilahare bir genel müdürlük, daha sonra da bir bakanlık olarak yapıldığı; ancak; ad, yapı, kadro değişme ve şişkinliğinin örneğinin; 3 kişilik bir turizm örgütünün 3000 kişilik bir örgüt haline getirilmesinin sorunları çözmek, başarıya ulaşmak için yeterli olmadığını örnekler kanıtlamaktadır (Olalı, 1990: 35).”



Şekil 19: Turizm Örgütleri İlişkisi

Kaynak: Usta, 2002: 222.

Turizmle ilgili kamu, yarı-kamu ve özel kuruluşları tarafından, turizm politikalarını yürütmek amacıyla yapılacak turizmle ilgili çalışmaları koordine eden örgütler, turizm örgütü olarak adlandırılır (Demirkol ve Çetin, 2014: 21). Bir destinasyon pazarlama örgütünün, belirli bir destinasyonun pazarlanmasından sorumlu olması, bu örgütü politika ve planlamadan sorumlu devlet teşkilatlarından ayırmaktadır (Pike, 2004: 14).

Özdemir (2007: 78) destinasyon yönetim örgütünü "Bir bölge, ülke ya da kent olan bir destinasyonu, destinasyon markası altında yöneten ve pazarlayan örgütler destinasyon yönetim örgütleri olarak adlandırılmaktadır." şeklinde tanımlamakta ve destinasyon yönetim örgütlerinin aslında destinasyon pazarlama örgütleri olduklarını ancak yönetim fonksiyonlarının eklenmesiyle destinasyon yönetim örgütlerine dönüştürüldüğünü belirtmektedir.

Destinasyon temelli örgütlenme modeli ve destinasyon yönetim örgütü gibi yapılanmalar, uluslararası turizmde rekabet üstünlüğünün sağlanması açısından önemli bir faktördür (Yavuz ve Karabağ, 2009: 117). Bir turizm destinasyonu örgütünün en önemli fonksiyonu pazarlama ve tutundurmadır (Medlik, 1997: 149). Özdemir'e (2007: 32) göre, bir destinasyon yönetim örgütünün öncelikli görevi destinasyonu pazarlamaktır.

Burkart ve Medlik (1988: 256) turizm örgütlerine yönelik yaklaşım ve turizmde örgütlenme türünün bazı faktörlerden etkileneceğini belirtmektedir. Bu faktörlerin birincisi politik ve ekonomik sistemdir. Birçok gelişmekte olan ülkede olduğu gibi merkezîyetçi yapıya sahip olan bir ülkenin yönetim anlayışı, turizm örgütlerine de yansımaktır. Avusturya, Almanya ve İsviçre gibi federal bir yapıya sahip olan ülkelerde ise turizm örgütleri birbiriyle işbirliği içerisinde hareket eden ulusal düzeyde bir veya daha fazla kuruluştan oluşmaktadır. Bu yapıdaki ülkeler; turizm konusunda eyaletlere ve illere yüksek düzeyde bir yetki devri söz konusudur. İkinci önemli faktör turizm örgütünün ulusal ekonomideki önemini yansımasıdır. Turizmin diğer endüstrilere göre çok önemli olduğu ülkelerde turizm, tek başına veya ikili bir yapıda hükümet yapısında yer alır. Üçüncü faktör, turizm örgütünün bir ülkede turizmin hangi aşamada olduğunu yansımasıdır. Turizm endüstrisinin oldukça gelişmiş olduğu ülkelerde, onlarca yılda oluşmuş esnek ve âdem-i merkezîyetçi bir turizm örgütü yapısı görülürken, turizmin yeni olduğu ülkelerde hükümetler güçlü bir doğrudan katılım

sergileyebilecek merkezi bir turizm örgütü oluşturarak turizmin hızlı bir şekilde büyümesi ve gelişmesi için çaba sarf ederler.

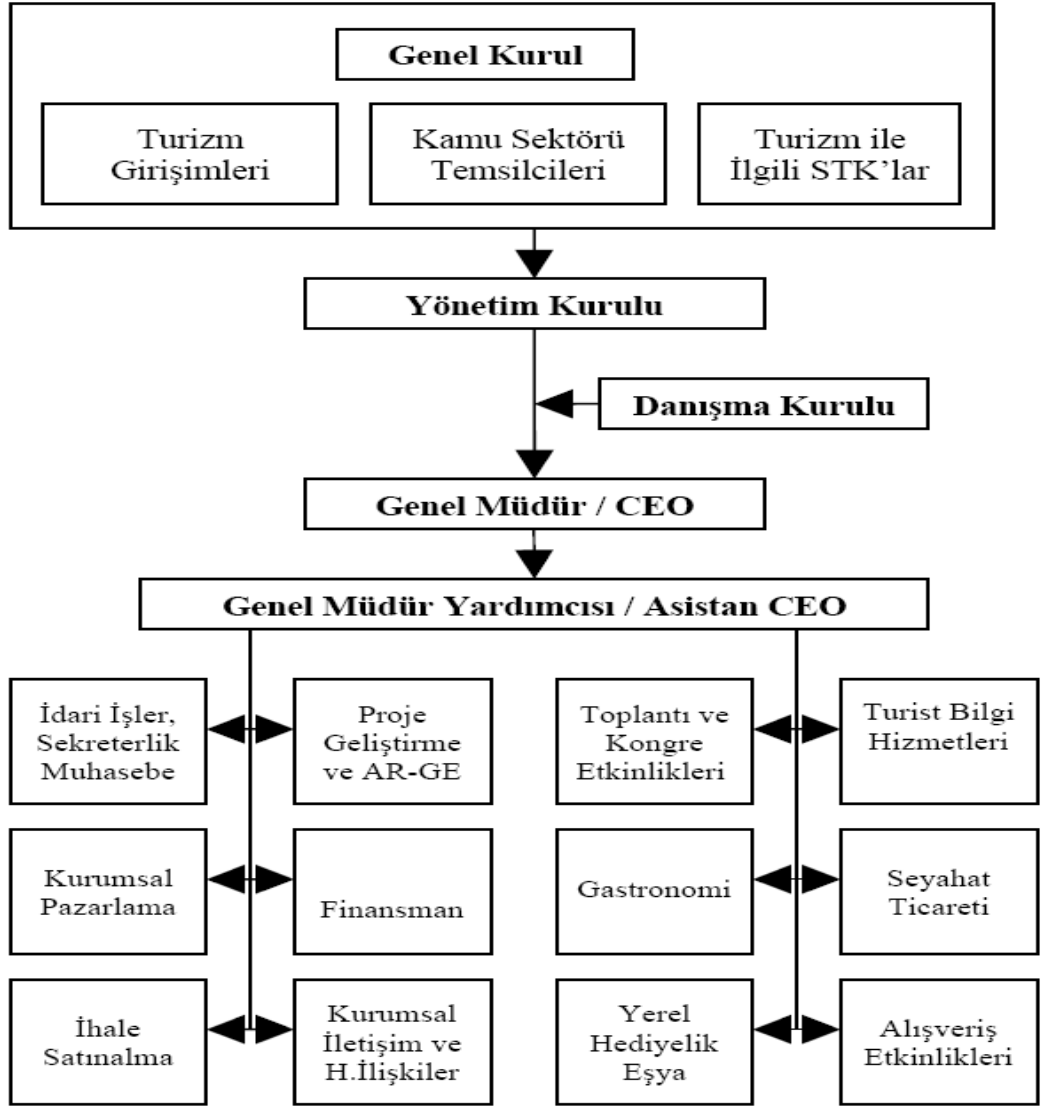
Bergsma'ya (2001: 248) göre, her geçen gün daha fazla destinasyon, tüketici bilgileri de dâhil olmak üzere gerekli bütün bilgilerin merkezi olarak toplanması amacıyla Destinasyon Yönetim Sistemlerini (Destination Management Systems-DMS) kullanmaktadır. Birbirinden farklı bireysel ihtiyaçları olan tüketiciler için bir destinasyon, farklı değerler anlamına gelebilir. Bu bakımdan, tüketici bilgilerinin toplanması tüketicilerin ihtiyaçlarının dolayısıyla değerlerin de keşfedilmesini olanaklı kılarak rekabet üstünlüğü açısından avantaj sağlar (Bergsma, 2001: 249). Pazar araştırması, üretilmesi planlanan bir ürün veya var olan bir ürünün arzı ve talebi ile ilgili sistematik bilgi toplama süreci olarak tanımlanmaktadır (Burkart ve Medlik, 1988: 202).

Ulusal turizm örgütlerinin ve destinasyon pazarlama örgütlerinin büyük bir bölümü üretici ya da işletmeci değildir. Bu tür örgütler genellikle ürün ya da hizmet satmadıkları gibi sunulan ürün ya da hizmetlerin kalitesinde de doğrudan bir sorumluluğa sahip değildirler (Middleton ve Clarke, 2001: 327). Yoon (2002: 14) turizm paydaşlarını; belirli bir pazarda veya toplumdaki turizm faaliyetinin planlama, süreç, dağıtım ve çıktılarında pay sahibi olan, turizmi etkileyen veya turizmden etkilenen kişi veya gruplar şeklinde açıkladıktan sonra bu paydaşları şu şekilde belirtmektedir:

- Ticaret Odaları
- Turizm Otoriteleri
- Yerel Turizm Acentaları
- Sivil Toplum Kuruluşları
- Turizm Birlikleri ve Konseyleri
- Kongre ve Ziyaretçi Büroları
- Turizm Planlama ve Gelişme Şirketleri
- Turizm Akademisyenleri ve Uzmanları
- Yerel ve Eyalet Parkları
- Ziyaretçi ve Bilgi Merkezleri

Bir ülke düzeyinde ele alındığında, destinasyonda turizmin gelişimi için birbirinden oldukça farklı ilgilere sahip üç tür turizm örgütü bulunmaktadır. Bu örgütler ve ilgi alanları şunlardır: tanıtım ve tutundurma ile ilgilenen destinasyon pazarlama örgütü,

hükümete politika tavsiyesinde bulunan bir bakanlık ve özel sektörü şemsiyesi altında toplayan mesleki birlik (Pike, 2004: 14).

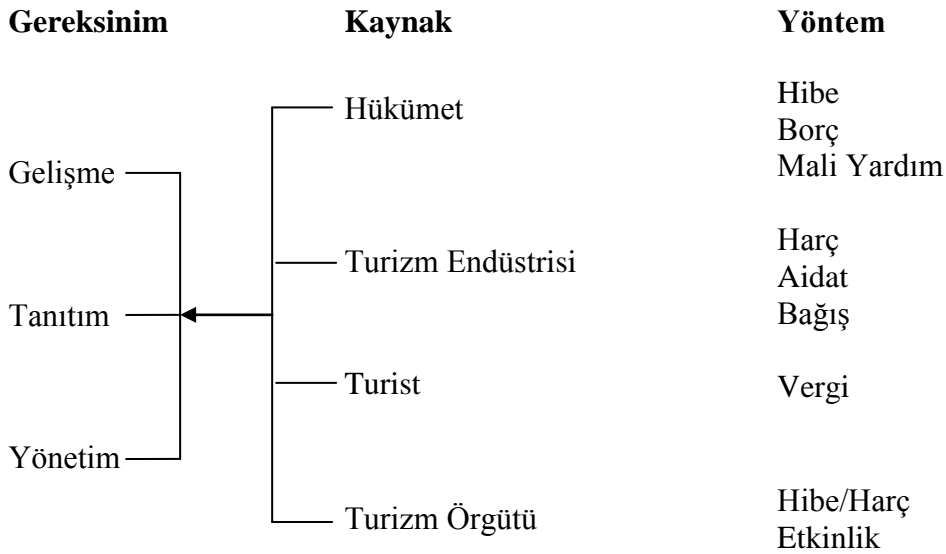


Şekil 20: Türkiye için Destinasyon Yönetim Örgütü Şeması

Kaynak: Yavuz ve Karabağ, 2009: 130.

Yavuz ve Karabağ (2009: 126) Türkiye için önerdikleri destinasyon yönetim örgütü modelinde, yönetim kurulunda özel sektörün ağırlıkta, devletin ise denetim konusunda ağırlıkta olması gerektiğini belirttikten sonra modeli şöyle açıklamaktadır: Genel kurul ve yönetim kurullarının yetki ve sorumlulukları birbirinden farklıdır. Genel kurul, destinasyonun geleceğine ilişkin gelişim planları ve stratejik kararların alınmasını sağlayan; icra organı ve diğer organları belirleyen bir işleve sahiptir. Yönetim kurulu,

genel kurulda alınan kararların en etkin ve verimli bir şekilde icra edilmesini sağlar. İcra görevini yerine getirirken pazarlama, muhasebe, finans, ticaret, hukuk, halkla ilişkiler, uluslar arası ilişkiler, siyaset vb. konularda meslek uzmanlarından/danışmanlardan destek alır. Yönetim kurulu, tercihen üyeleri dışından, profesyonel bir yönetici istihdam edilmesini sağlar. İcradan sorumlu profesyonel yönetici (Genel Müdür ve/veya Chief of Executive Officer–CEO) yönetim kuruluna karşı sorumludur. İdari alt teşkilat Genel Müdür/CEO ve/veya yardımcısı ile tam bir koordinasyon içerisinde çalışır.

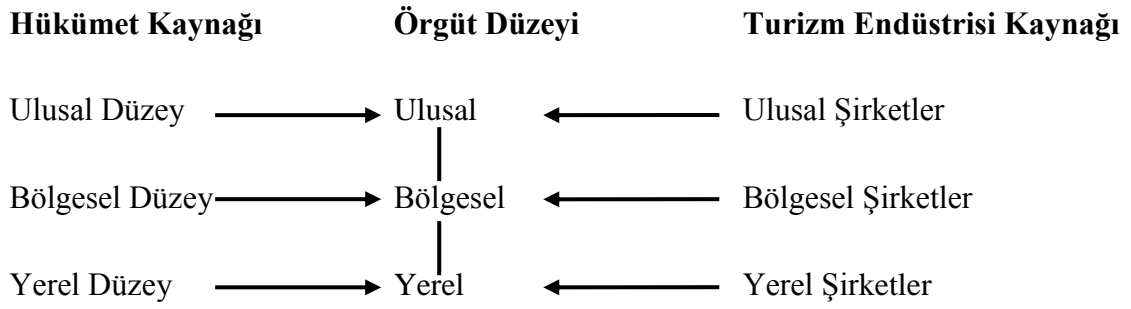


Şekil 21: Turizm Örgütü Finansmanı

Kaynak: Burkart ve Medlik, 1988: 270.

Destinasyon pazarlama örgütleri, ticari turizm ürün ve hizmetlerini sunanlar kadar yerel toplum ve çevreyi de temsil eden geniş bir toplumsal yükümlülüğe sahiptir (Pike, 2004: 13). Bir destinasyon yönetim örgütü; gelişme, tanıtım ve örgütün diğer finansal gereksinimlerini hükümet, turizm endüstrisi, turistler ve örgütün kendisi olmak üzere başlıca dört finansal kaynağa sahiptir (Burkart ve Medlik, 1988: 265).

Kaynakların kıt olduğu ve organizasyonların amaçları, stratejileri ve tercihleri arasında önemli düzeyde bir farklılık olduğu zaman, organizasyonlar arasında çatışma ortaya çıkar ve bu çatışmanın düzeyine göre organizasyonlar arasındaki etkin etkileşim zarar görür (Yüksel ve Yüksel, 2000: 803). Bir turizm örgütünün temel görevi, benimsenen turizm politikasının sorunlarına çözüm önerileri getirmek ve bu politikalar ışığında yapılması gereken uygulamaları yerine getirmektir (Olalı, 1990: 35).



Şekil 22: Örgütlenme Düzeyine Göre Başlıca Finansman Kaynakları

Kaynak: Burkart ve Medlik, 1988: 272.

Müller (2001: 68) insanların, yapılarla ilgilenmek yerine kapsamlı ve iyi organize olmuş ürün paketleriyle ilgilendiklerini ifade etmektedir. Dolayısıyla, ortak bölgesel ve çıkar odaklı girişimlerin teşviki hatta birleşme yoluna gidilmesi desteklenmelidir. Turizm destinasyonları ve birlikleri, stratejik olarak yalnız hareket etmek yerine güçlerini birleştirmeleri için ikna edilmelidir.

Tablo 4
Turizm Destinasyonu Yönetiminde Örgüt Türleri

Kısaltma	Örgütün Adı	Türkçe Karşılığı
DMO	Destination Management Organization	Destinasyon Yönetim Örgütü
DMO	Destination Marketing Organization	Destinasyon Pazarlama Örgütü
NTO	National Tourist Office	Ulusal Turist Ofisi
NTO	National Tourism Office	Ulusal Turizm Ofisi
NTO	National Tourism Organization	Ulusal Turizm Örgütü
NTA	National Tourism Administration	Ulusal Turizm İdaresi
STO	State Tourism Office	Eyalet Turizm Ofisi
STO	State Tourist Office	Eyalet Turist Ofisi
RTO	Regional Tourism Organization	Bölgesel Turizm Örgütü
CVB	Convention and Visitor Bureaus	Kongre ve Ziyaretçi Bürosu
RTB	Regional Tourism Board	Bölgesel Turizm Dairesi
ATB	Area Tourism Board	Alan Turizm Dairesi
LTA	Local Tourism Administration	Yerel Turizm İdaresi
LTA	Local Tourism Association	Yerel Turizm Birliği
LTO	Local Tourism Organization	Yerel Turizm Örgütü
TIC	Tourism Information Center	Turizm Danışma Merkezi
OTA	Official Tourism Administration	Resmi Turizm İdaresi
OTO	Official Tourism Organization	Resmi Turizm Örgütü

Kaynak: Pike, 2004; Page, 2009; Jeffries, 2007.

Tablo 4'te ulusal, bölgesel ve yerel kamu, özel ya da karma turizm destinasyonu yönetimi örgüt türleri bulunmaktadır. Ulusal, bölgesel veya yerel düzeyde oluşturulan bir turizm yapılanmasının etkili ve başarılı olabilmesi ne kadar tüketici çektiğine bağlıdır (Heeley, 2001: 279).

Tablo 5
Üyelik Yapısına Göre Turizm Örgüt Türleri

	Kamu Sektörü		Özel Sektör	Bölgesel Örgütler
	Uluslararası	Ulusal		
Örgütler	Devletlerarası örgütler	Ulusal Turizm İdareleri, Ulusal Turist Örgütleri	Ortak hedef veya çıkara sahip uluslararası ya da ulusal turist birlikleri.	Bölgesel yakınlık ya da ilişkiye dayalı turist örgütleri
Nitelik	Birleşmiş Milletler ya da ilgili organlar bünyesinde; kanun, düzenleme, anlaşmalar ve politikaların devletlerarası düzeyde tartışılmasına olanak sağlayan bir forum olarak hizmet ederler.	Ulusal Turizm İdaresi, ulusal turizm politikası, yasal düzenlemeleri, yatırımları ve sınıflandırmasından sorumludur. Ulusal Turist Örgütü ya da turist daireleri genellikle pazarlama ve tutundurma işlevini yerine getirir.	Üyelerine farklı sektörler için önemli olan konuları bildirmek, standartlar ve kılavuzlar hazırlamak, kamu farkındalığını artırmak ve lobi faaliyetleri için bir forum niteliğindedir.	Bölgelerinde seyahat pazarının farkındalığını artırmak ve bölgelerini pazarlamak. Destinasyonun kaynaklarını toplayarak etkili pazarlama kampanyaları yürütmek, seyahati kolaylaştırmak ve politika oluşum sürecinde koordinasyon işlevi görmek.
Oluşum	Üye devletler, aday üyeler ve ortak üyelerden oluşur.	Ulusal Turizm İdareleri genellikle müdürlük veya sekreterliklerden oluşurken; Ulusal Turist Örgütleri kamu ya da özel sektör temsilcilerinin de yer aldığı karma yapıya sahiptir.	Otel zincirleri, tur operatörleri, havayolları, spalar, temalı parklar gibi özel sektör işletmecilerinden oluşur.	Ulusal Turizm İdareleri, Ulusal Turist Örgütleri, bireyler ve özel sektör arasında etki sahibi kişilerin temsilcilerinden oluşur.
Örnek	Dünya Turizm Örgütü, Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü	VisitBritain, Kanada Turizm Komisyonu, Tayland Turizm Müdürlüğü, Avusturya Ulusal Turist Dairesi	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği, Uluslararası Otel ve Restoranlar Birliği, Ulusal otel birlikleri	Pasifik Asya Seyahat Birliği, Avrupa Seyahat Komisyonu, Afrika Seyahat Komisyonu

Kaynak: Klancnik, 2006: 61.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'ün örgütlenmeyle ilgili stratejisi: "İyiYönetişim ilkesi çerçevesinde ulusal, bölgesel, il ve noktasal düzeyde turizm sektörü ile ilgili kamu, özel sektör kuruluşları ve STK'ların karar verme süreçlerine katılımlarını sağlayacak konseyler bazında kurumsallaşmaya gidilmesi" şeklinde belirtilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 7).

Ulusal turizm örgütlerinin büyük bir bölümü, turizm endüstrisinde üretici ya da operatör olarak yer almamaktadır. Bu örgütler, mevcut ve potansiyel ziyaretçilerin bir bölge ya da ülke hakkında sahip oldukları imajı etkilemek için faaliyetlerde bulunurlar. Ulusal turizm örgütlerinden önce bu faaliyetler özel ulaştırma şirketleriyle işbirliği yapılarak gerçekleştirilirdi (Page, 2009: 451).

2.3.1. Yönetim Yapısına Göre Turizm Örgütleri

Bhatia'ya (2002: 107) göre, turizmde örgütlenme, birçok biçimde ve birçok faktörden etkilenen karmaşık bir konudur. Bununla birlikte, turizm örgütlenmesi sürecinde; Ulusal Turist Ofisi olarak adlandırılan resmi turist örgütü, yarı-resmi turist örgütü ve özel örgütler şeklinde bir gelişim yaşanmaktadır.

İmaj ve mekanlara yönelik tutundurma çalışmaları yeni bir faaliyet olmamakla birlikte, günümüzde bu tür faaliyetler ulusal turizm örgütü gibi destinasyon örgütleri tarafından yerine getirilmektedir. Bu bağlamda, mekânların tutundurulması amacıyla yapılacak çalışmalar için zaman içerisinde dört model ortaya çıkmıştır (Page, 2009: 454):

1. Tam devlet müdahalesi; Eski Doğu Avrupa, Afrika (Güney Afrika hariç) ve Güney Amerika dışından çok yaygın değildir.
2. Kamu-özel sektör ortaklığı; Özel sektörün pazarlama faaliyetlerine katkı yaptığı bu model, Avustralya ve Avrupa'da (Almanya, İtalya ve Yunanistan hariç) yaygın olarak kullanılmaktadır.
3. Minimum kamu müdahalesi; Tutundurma faaliyetlerine özel sektörün egemen olduğu bu model, Hollanda, Japonya ve Amerika Birleşik Devletleri'nde kullanılmaktadır.
4. Diğer modeller; Destinasyon pazarlaması için devlet desteği yerine, turistler ve turizmden alınan vergilerle fon sağlanan modelleri ifade etmektedir.

Goeldner ve Ritchie'ye (2009: 90) göre, turizm örgütleri kamu, yarı-kamu ve özel olmak üzere üç şekilde sınıflandırılabilir.

Kamu Turizm Örgütü; "Kamu yönetiminde örgütlenme, kamu hizmetleri için gerekli olan araç ve imkânları bir düzende toplamak, yetki görev ve sorumlulukları belirleyerek bir yapı oluşturmak demektir (Eryılmaz, 2008: 69)." Page'e (2009: 424) göre, hükümetlerin ülke genelinden yerel bir alana kadar her düzeyde turizme müdahil olmalarında; anlaşmazlıkları giderme ve kamu yararı ile turizmin öne çıkarılması arasında bir denge sağlama faktörleri önemli etkenlerdir.

Turist örgütlerinin türü üzerinde, ülkelerin politik, ekonomik ve sosyal sistem faktörlerin etkisi bulunmaktadır. Merkezi yönetim anlayışının benimsendiği ülkelerde bu durum kendisini turizm alanında da gösterecektir. Aynı şekilde, yerinden yönetim anlayışını benimseyen ülkelerde de turist örgütleri, merkezi hükümetin yetkilerinin sınırlandırıldığı âdem-i merkeziyetçi bir yapılanmaya gidecektir (Bhatia, 2002: 106).

Özel Turizm Örgütü; Turizmde rekabet edebilmek için farklı kural ve esaslarla oluşturulan destinasyonlardan (ülkeler, bölgeler, şehirler, resortlar) özel sektöre kadar (havayolları, otel zincirleri, temalı parklar, vb.) geniş bir ölçekte örgüt türleri bulunmaktadır. Turizm endüstrisinin değişen yapısı ve teknolojiye yaşanan gelişmeler nedeniyle, destinasyonlar kendilerini destinasyon yönetim örgütleri (Destination Management Organizations-DMOs) ve tur operatörleri aracılığıyla son tüketiciyle doğrudan iş ilişkisi kurmaya çalışıyorlar (Bergsma, 2001: 248).

Karma Turizm Örgütü; Turizm planlamasında ve yönetiminde, farklı tarafların katılımı büyük oranda tanınmayı sağlar (Breda vd., 2006: 69). Tarihsel olarak destinasyon pazarlama örgütleri ya hükümetlerin bir departmanı ya da turizm endüstrisini temsil eden bir birlik olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, kamu-özel işbirliğine (Public-Private Partnerships-PPPs) doğru bir değişim süreci bulunmaktadır. Bu yapılar ulusal ve yerel düzeyde, genellikle kamu tarafından atanan ve kamuya rapor sunan bir özel sektör kurulu tarafından idare edilir (Pike, 2004: 67).

Küresel rekabet ile baş edebilmek ve stratejik bir pozisyon alabilmek için turizm destinasyonları, turizmde şebekeleşmeyi, kümelenmeyi ve kamu-özel sektör arasında güçlü işbirliklerinin kurulmasını desteklemeliler (Breda vd., 2006: 68). Svensson vd. turizm destinasyonlarında kurulacak ortaklıkların; kapsam, sorumluluk ve uyum şeklinde üç özelliğinin bulunduğunu ifade ettikten sonra bu özellikleri şöyle açıklamaktadır (2006: 84):

Kapsam: Destinasyon gelişim sürecinde yer alacak tarafların ortaklık kapasitesinin genişletilmesini ifade eden bu özellik ile kimin katılacağı, ne rol üstleneceği ve hangi düzeyde bu ortaklıkta devreye gireceği ifade edilmektedir.

Sorumluluk: Bu özellik ile sorumlu olunan alan ve karar vericilerin sorumluluğuna yönelik mekanizmalar ifade edilmektedir. Bu özellik, ortaklıkların meşruluğunu tehdit edebilecek kadar çok hassas ve kamu-özel sektör arasında en önemli farkın yaşanabileceği bir konudur.

Uyum: Bu özellik, üzerinde uzlaşmış kararların yerine getirilebilmesi amacıyla ortak kaynakların hareketi ve destinasyon gelişiminde ortak bir bakış açısı için gerekli desteği bulabilme becerisini ifade etmektedir.

Lennon vd. (2006: 7) yerel ve bölgesel düzeyde faaliyette bulunan kamu-özel sektör ortaklığıyla kurulmuş bir destinasyon yönetim örgütlerinin, ulusal düzeyde hareket eden bir ulusal turizm örgütünden daha gelişmiş olduğunu savunmaktadır.

Kongre ve Ziyaretçi Bürosu; bir şehir veya kentsel alanı iş ve/veya eğlence amacıyla ziyaret eden her türlü ziyaretçiye, kâr amacı gütmeyen hizmet veren bir şemsiye örgüttür. Kongre ve ziyaretçi büroları genellikle destinasyon yönetim örgütü ve destinasyon pazarlama örgütü şeklinde de adlandırılır (Goeldner ve Ritchie, 2009: 112).

Diğer Turizm Destinasyonu Yönetim Örgütleri; Turizm ile ilgili Sivil Toplum Kuruluşları (Non-Governmental Organizations-NGOs) bireylerden, şirketlerden, birlikler veya temsilci kuruluşlarından oluşabilir. Bu tür örgütler genel, özel, bölgesel ve sektörel olmak üzere başlıca dört kategori altında sınıflandırılabilir. Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) gibi turizmin tüm alanlarıyla ilgilenen genel örgütler, Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu (BITS) olarak kurulan ve günümüzde Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO) formunu alan turizmin belirli bir türüyle ilgilenen özel örgütler, Avrupa Seyahat Komisyonu (ETC) gibi bölgesel örgütler ve Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) gibi sektörel örgütler bu tür yapılara örnek olarak gösterilebilir (Burkart ve Medlik, 1988: 262).

2.3.2. Coğrafi Alana Göre Turizm Örgütleri

Dünyada destinasyonlar, hiyerarşik olarak coğrafi ve alt-coğrafi olarak sınıflandırılabilir. Dünya; bölgeler, eyaletler, iller ile şehirler ve belediyelerden oluşan

kentsel alanlara sahip ülkelerden oluşmaktadır (Goeldner ve Ritchie, 2009: 90). Birçok ülkede yerel düzeyden ulusal düzeye kadar turist örgütlerinin olduğunu ifade eden Pearce (1997: 75) bu örgütlerin; pazarlama, ziyaretçi hizmetleri, gelişme, planlama, araştırma ve düzenleme gibi turizm gelişimi kapsamında çevreyi de etkileyen fonksiyonları yerine getirdiğini belirtmektedir.

Yerel Turizm Örgütü; Yerel Turizm İdaresi ve Yerel Turizm Birliği (Local Tourism Administration-LTA and Local Tourism Association); yerel otoriteler tarafından belirlenen sınırlara sahip olan tüm yerel turizm alanlarının kendilerine özel bir Bölgesel Turizm Örgütü (Regional Tourism Organization-RTO) bulunmamaktadır. Bu nedenle bu alanlar; yerel yönetim birimini temsil eden bir Yerel Turizm İdaresi'ne (Local Tourism Administration-LTA) veya turizm işletmelerinin işbirliği içinde hareket etme amacıyla oluşturdukları bir birlik olarak Yerel Turizm Birliği (Local Tourism Association-LTA) şeklinde örgütlere sahiptirler (Pike, 2004: 15).

Yerel ve bölgesel düzeyde destinasyon yönetim örgütlerinin etkili bir sonuca ulaşabilmesi için aşağıdaki koşulları yerine getirmiş olması gerekmektedir (Minguzzi, 2006: 206):

- ✓ Evrensel olarak kabul edilmiş açık bir yönerge,
- ✓ Etkili ve etkin bir planlama ve örgütsel yapı,
- ✓ Esnek ve ulaşılabilir kurumsal ve örgütsel birim,
- ✓ Yapılacak girişimlerle uyumlu ve zaman içerisinde sürekliliği olan yeterli finansal kaynak.

Turizm örgütlerinin en eski örneğini resortların ortaya çıkması ve büyümesiyle birlikte bir kasaba veya ilçe düzeyinde oluşturulan yerel turizm örgütü yapılanması oluşturmaktadır. Yerel düzeydeki bir turizm örgütü öncelikle tanıtım ve tutundurma işlevini yerine getirmeye çalışmaktadır. Bazı ülkelerde ulusal düzeyde hükümet yapılarında turizm yer almamasına rağmen yerel yönetimlerde turizm temsil edilebilmektedir. Yerel bir turizm örgütü, ziyaretçilere bilgi sağlanması, turist isteklerinin koordinasyonu, yerel tanıtım ve yerel kalkınma açısından güçlü bir temel oluşturmaktadır (Burkart ve Medlik, 1988: 259).

Bölgesel Turizm Örgütü; Bölgesel Turizm Örgütü (Regional Tourism Organization-RTO); "turizmin yoğunlaştığı bir alanın, bir turizm destinasyonu olarak

pazarlanmasından sorumlu örgüttür." Bölge kavramı coğrafyada, Güney Doğu Asya gibi ulus ötesinden yerel bir alana kadar çok geniş bir alanda çok sayıda anlamlara sahiptir. Bu tür örgütler, farklı ülkelerde farklı şekillerde ifade edilmektedir. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde bu tür örgütlere Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (Convention and Visitor Bureaus-CVBs); Birleşik Krallık'ta ise Bölgesel Turizm Dairesi (Regional Tourism Boards-RTBs) şeklinde adlandırılırken İskoçya'da bu tür örgütler Alan Turizm Dairesi (Area Tourism Boards-ATBs) olarak karşımıza çıkmaktadır (Pike, 2004: 15).

Bölgesel düzeyde destinasyon yönetim örgütlerinin fonksiyonlarını farklı modelleri de dikkate alarak aşağıdaki şekilde ifade etmek mümkündür (Minguzzi, 2006: 200):

- Yerel örgütlerle işbirliği halinde uzun vadeli stratejileri en yüksek seviyeye çıkarmak,
- Bölgesel çıkarları ve bölgesel turizm endüstrisini ulusal düzeyde temsil etmek,
- Yerel işletmecilerin karlılığını ve çarpan etkisini en yüksek seviyeye çıkarmak,
- Homojen ve uyumlu bir bölgesel imaj geliştirmek,
- Ekonomik fayda ile sosyo-kültürel ve çevresel maliyet arasında sürdürülebilir bir denge sağlayarak turizmin etkilerini en uygun haline getirmek.

Bölgesel turizm örgütü, orta düzey bir yapılanma olarak ulusal turizm örgütü ve yerel turizm örgütü arasında yerel almasının yanı sıra turizmde örgütlenme modellerinin en son geliştirilmiş türüdür. Bölgesel turizm örgütleri, koordinasyon içerisinde ulusal bir turizm örgütünün bileşenlerini meydana getirebilir ve her bir bölgesel turizm örgütü de yerel turizm örgütlerini koordine edebilir (Burkart ve Medlik, 1988: 259).

Ulusal Turizm Örgütü; Dünya'nın ilk Ulusal Turizm Bürosu 1901 yılının Şubat ayında Yeni Zelanda'da kurulan Yeni Zelanda Turist ve Sağlık Resort Departmanı'dır (NZTPD, 1976; aktaran Pike, 2004: 18). Turizmde planlama, genellikle yerel yönetimlere devredilse de yönetimin idari boyutu, yarı kamu organı olan ulusal turist idaresine (National Tourist Administration-NTA) transfer edilmektedir (Wanhill, 2004: 368).

Ulusal Turizm Ofisi (National Tourism Office-NTO); bir Destinasyon Pazarlama Örgütü (Destination Marketing Organization-DMO) veya bir Ulusal Turizm İdaresi (National Tourism Administration-NTA) şeklinde bir ülkenin turizm destinasyonu olarak pazarlanması ile sorumlu kuruluştur (Pike, 2004: 14). Ulusal turizm idareleri;

ülke turizmine yönelik politika geliştirme, planlama, ticari konular, hükümette yer alan farklı bakanlıklar ile bölgesel yönetimler, yerel yönetimler ve özel sektör arasında koordinatörlük, küçük ve orta ölçekli işletmelerin eğitimi ve ülke imajı gibi konularda rol üstlenmektedir (Lennon vd., 2006: 8).

Ulusal turist örgütü, ulusal turizm politikasının hazırlanması ve yürütülmesinden sorumlu kuruluştur. Bu kuruluş, turizmin gelişimiyle ilgili tüm taraflar tarafından yürütülen faaliyetlerin koordinasyonundan da sorumludur. Ulusal turist örgütü; münhasır bakanlık, genel müdürlük, bölüm, dernek ve daire şeklinde biçim alabilir (Bhatia, 2002: 111). Eyalet Turizm Ofisi (State Tourism Office-STO); federal bir politik sisteme sahip olan bir ülkede, Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi bir eyaletin, Kanada'da olduğu gibi bir vilayetin veya Avustralya'da olduğu gibi bir alanın pazarlanmasında sorumlu organizasyondur (Pike, 2004: 15).

Leu (2001: 272) ulusal turist ofislerinin gelecekteki rollerinin idareciler ve politikacıların yönetiminde yürütülen bir halkla ilişkilerden öteye geçemeyeceğini ifade etmektedir. Bununla birlikte bu tür organizasyonlar, yalnızca turizm endüstrisinin ve çıkar gruplarının sözcüsü değildir. Bu organizasyonların kamu yararına yönelik çalışmaları bir iş olarak yürütmeleri de gerekmektedir.

Uluslararası Turizm Örgütü; Modern turizm anlayışının kendine has karakteristiklerinden ve uluslararası acentaların birçok alanda etkilerini arttırması nedeniyle, uluslararası örgüt yapılanmaları turizmde de kendisini göstermektedir. Bireyler, şirketler, birlikler ve ülkelerin hükümetleriyle koordinasyonun gerekliliği ve turizm konusunda yapılacak müzakereler nedeniyle uluslararası turizm örgütleri hızla öne çıkmaktadır (Burkart ve Medlik, 1988: 261). Andaç (2013: 77-87) uluslararası turizm kuruluşlarını resmi ve özel nitelikli kuruluşlar şeklinde iki başlık altında toplamaktadır:

a. Resmi Nitelikli Uluslararası Turizm Kuruluşları:

- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization – UNWTO)
- İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı (The Organization For Economic Co-Operation And Development – OECD)
- Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu (International Bureau Of Social Tourism – BITS)

- Uluslararası Turizm Birliği (International Touring Alliance – AIT)
- Avrupa Seyahat Komisyonu (European Travel Commission – ETC)
- Uluslararası Kongreler ve Toplantılar Birliği (International Congresses And Conventions Association – ICCA)
- Uluslararası Termalizm ve Klimatizm Federasyonu (International Thermalism And Climatism Federation – FITEC)

b. Özel Nitelikli Uluslararası Turizm Kuruluşları:

- Uluslararası Turizm Akademisi (Academie International Du Tourisme – ACI)
- Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Örgütü (International Association Of Scientific Experts In Tourism – AIEST)
- Parlemlentolararası Turizm Örgütü (AIDT)
- Uluslararası Turizm Gazeteleri ve Yazarları Federasyonu (Federation Internationale des Journalistes et Ecrivains du Tourisme – FIJET)
- Uluslararası Scal Klüpleri Birliği (AISC)
- Uluslararası Seyahat ve Turizm Profesyonelleri Birliği (International Association of Travel and Tourism Professionals – SCAL)
- Uluslararası Havayolu Taşımacılığı Örgütü (International Ait Transport Association – IATA)
- Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (International Civil Aviation Organization – ICAO)
- Uluslararası Otelcilik Örgütü (International Hotel Association – IHA)
- Seyahat Acentaları Birlikleri Evrensel Federasyonu (Universal Federation Of Travel Agent’s Associations – UFTAA)
- Dünya Seyahat Acentaları Birliği (World Association Of Travel Agencies – WATA)
- Uluslararası Tur Yöneticileri Derneği (International Association Of Tour Managers – IATM)

Turizmle ilgili ulusal örgütlerin hiyerarşik olarak daha üstlerinde uluslararası yapıya sahip örgütler bulunmaktadır. Her ne kadar hiyerarşik olarak daha üst düzeyde olsalar da bu örgütlerin büyük bir bölümü danışma işlevini yerine getirmektedir (Howie, 2003: 197). Dünyada, seyahat ve turizma alanında en çok tanınan ve liderlik eden örgüt, turizm politikaları ile uzmanlık gerektiren turizm uygulamaları için küresel bir forum işlevi gören Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'dür (Goeldner ve Ritchie, 2009: 91).

Turizm örgütü tek başına varlığını devam ettirip işlevini yerine getiremez. Destinasyondaki turistik ürünü, potansiyel turistin dikkatini çekecek bir şekilde sunarak

turist ile ilişki kurar. Ayrıca turizme katılan tüm tarafların çıkarları doğrultusunda ortaya konulan gayretler ve işbirliği çabaları nedeniyle hem turizm örgütleri arasında hem de diğer örgütler arasında birçok bağlantı ve ilişki kurulması söz konusudur (Burkart ve Medlik, 1988: 260).

2.4. Dünya’da Turizm Örgütü Örnekleri

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü; hükümetlerin turizm ile ilgili politikalarını etkileme gereksiniminden dolayı bir sivil toplum örgütü olan Uluslararası Resmi Seyahat Örgütleri Birliği (IUOTO) 1975 yılında, Dünya Turizm Örgütü (WTO) olarak devletler-arası bir örgüt haline gelerek çalışmalarını sürdürdü ve Birleşmiş Milletler tarafından da tanındı (Burkart ve Medlik, 1988: 305). Küreselleşmenin sonuçlarından birisi olarak güçlü ülkelerin, uluslararası örgüt ya da kuruluşların başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, ülkeler üzerinde çeşitli etkileri bulunmaktadır (Çevik ve Demirci, 2011: 55).

Avustralya, Kanada, Fransa ve İspanya’da ulusal turizm örgütleri ile bölgesel turizmden sorumlu yönetimler arasında resmi bir ilişki ve bağlantı bulunmaktadır (Lennon vd., 2006: 17). Kanada ve Avustralya gibi gelişmiş ülkelerde, güçlü kamu-özel sektör örgütleri oluşturularak, seyahat ve turizm endüstrisi ile ulusal turizm örgütlerinin işbirliği yaparak lobi faaliyetleri yapmalarına olanak sağlayan forum ortamı sağlanmaktadır (Middleton ve Clarke, 2001: 333). Avustralya, Kanada, Fransa, Hollanda ve Güney Afrika hükümetleri, ülkelerinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin eğitiminde rol üstlenmektedir (Lennon vd., 2006: 8).

Amerika Birleşik Devletleri; 1996 yılında kurulan Seyahat ve Turizm Endüstrileri Ofisi (Office of Travel and Tourism Industries-OTTI) Amerika Birleşik Devletleri'nin ulusal turizm ofisi olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu ofisten önce 1960 yılında kurulan Birleşik Devletler Seyahat Servisi'nin (the United States Travel Service) yerini alan ve 1981 yılında kurulan Birleşik Devletler Seyahat ve Turizm İdaresi (the United States Travel and Tourism Administration-USTTA) ulusal turizm ofisi olarak hizmet etmekteydi. OTTI, Birleşik Devletler Federal Hükümeti'nin 15 ana bakanlığından biri olan Ticaret Bakanlığı altında faaliyetlerini yürütmektedir (Goeldner ve Ritchie, 2009: 100).

Çin Halk Cumhuriyeti; Çin Ulusal Turizm İdaresi (China National Tourism Administration-CNTA) Çin turizm endüstrisinin gelişimi, tanıtımı ve düzenlenmesinden sorumlu devletin resmi örgütü olarak şu faaliyetleri yürütmektedir (www.chinatourism.ch, 2014):

- Turizmin gelişimi için politikalar oluşturmak, planlar hazırlamak, yönergeler hazırlamak, endüstri için standartlar hazırlamak, kurallar koymak ve düzenlemeler yapmak.
- Turizm politikalarının yürütülmesi için ilgili tarafları koordine etmek.
- Uluslararası turizm pazarı için stratejiler geliştirmek.
- İç turizm pazarını geliştirmek ve desteklemek için stratejiler geliştirmek.
- Turizm kaynaklarından yararlanmak amacıyla araştırmalar organize etmek.
- Dış turizm politikalarını uygulayabilmek için diğer ülkelerle iletişim ve koordinasyon olanaklarını geliştirmek.
- Turizm eğitim ve öğretimini yönetmek.
- CNTA ile diğer bağlı örgütler arasında ilişki kurmak ve yönetmek.
- Hükümet tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

CNTA dünya genelinde, 13 ülke ve bölgede (Japonya, Singapur, Nepal, Güney Kore, ABD, Kanada, Birleşik Krallık, Fransa, İspanya, İsviçre, Avustralya, Rusya Federasyonu, Hong Kong) 16 şehirde (Tokyo, Osaka, Singapur, Katmandu, Seul, New York, Los Angeles, Toronto, Londra, Paris, Frankfurt, Madrid, Zürih, Sidney, Moskova, Hong Kong) ofise sahiptir (www.chinatourism.ch, 2014).

Rusya Federasyonu; Rusya Federasyonu Kültür Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Federal Turizm Ajansı (Federal Agency for Tourism) Rusya'nın resmi turizm örgütü olarak şu faaliyetleri yürütmektedir (www.russiantourism.ru, 2014):

- Rusya Federasyonu'nda, turizm aktivitelerinin gerçekleştirileceği öncelikli alanlarla ilgili kamusal düzenlemeleri yapmak.
- Turizm alanıyla ilgili yasal düzenlemeleri yapmak.
- Federal tur operatörleri birliğini oluşturmak ve yönetmek.
- Tur operatörleri, tur acentaları ve turistleri güvenlik riskleri hakkında bilgilendirmek.
- Turizm ürünlerini iç turizm ve dünya turizm pazarında tanıtmak.

- Rusya Federasyonu'nu oluşturan bölgeler ve belediyelere turizmi geliştirmelerinde yardımcı olmak.
- Bilimsel, teknik ve yenilikçi program ve projeleri yürütmek.
- Rusya Federasyonu hükümeti ve Kültür Bakanlığı'nın talimatları doğrultusunda, yabancı ülkeler ve uluslararası örgütlerle ilişki kurarak Rusya Federasyonu'nun çıkarlarını korumak.
- Devlet sırrı olan bilgilerin güvenliğini sağlamak.
- Turizmle ilgili kongre, konferans, çalışma atölyesi, sergi ve diğer etkinlikleri düzenlemek.
- Küçük ve orta ölçekli işletmelerin belirlenen hedeflere göre gelişim düzeyini ölçmek.
- Rusya Federasyonu devlet başkanı ve Rusya Federasyonu hükümeti tarafından hazırlanan yasalar ve düzenlemelere uygun bir şekilde, kamu mallarının yönetimi ile diğer devlet hizmetlerinin sağlanması işlevlerini yerine getirmek.
- Ajansın varlığının devam ettirilmesi ve verilen görevlerin yerine getirilebilmesi amacıyla federal bütçe tarafından ayrılan fonun yöneticisi ve baş kontrolörün işlevlerini yerine getirmek.

Avustralya; Avustralya Turist Komisyonu (Australian Tourist Commission-ATC) 1967 yılında Avustralya Federal Hükümeti tarafından kurulan ve resmi otorite olarak federal hükümetten ayrı faaliyette bulunan ulusal turizm örgütüdür. ATC, Küçük İşletmeler ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Endüstri, Turizm ve Kaynaklar Departmanı bünyesinde faaliyetlerini sürdürmektedir (Lennon vd., 2006: 41).

Avustralya turizm endüstrisi, Avustralya ekonomisine 2011-2012 döneminde, 41 milyar \$ (%2.8) gelir ile gayrisafi milli hasılaya katkıda bulunan önemli bir etmendir. Turizm endüstrisi, yaklaşık 300,000 işletmeyi desteklemekte, Avustralya işgücünün %4.6'sını oluşturan 531,900 kişiye istihdam olanağı sunarken ve 26 milyar \$ gelir ile Avustralya'nın ihracat gelirlerinin %8.1'ini sağlamaktadır (Avustralya Endüstri, Turizm ve Kaynaklar Departmanı, 2013: 67).

1 Temmuz 2004 tarihinde; Avustralya Turist Komisyonu, Avustralya'yı Görün, Turizm Araştırma Bürosu ve Turizm Tahmin Konseyi'nin bilgi ve becerilerini tek şemsiye altında toplayan Turizm Avustralya adlı yeni bir kuruluş kuruldu. Federal hükümet

otoritesi olarak, iç turizm ve uluslararası turizm kapsamında pazarlama, araştırma ve sektör için tahminler yapmak Turizm Avustralya'nın sorumlulukları arasındadır. İnsanları Avustralya'ya seyahat etmeleri için etkilemek, sürdürülebilir turizm endüstrisini desteklemek ve turizmin ekonomik faydasından daha çok yararlanmak da Avustralya ulusal turizm örgütü olarak Turizm Avustralya'nın amaçlarını oluşturmaktadır (Goeldner ve Ritchie, 2009: 104).

Japonya; 1964 yılında kurulan, Japonya Ulusal Turizm Örgütü (Japan National Tourism Organization-JNTO) Japonya'nın resmi ulusal turizm örgütü olarak şu faaliyetlerde bulunmaktadır (www.jnto.go.jp, 2014a):

- Yabancı ziyaretçiler için turist danışma merkezlerinin işletilmesi,
- Yabancı ziyaretçiler için karşılama olanaklarını düzenleme,
- Uluslararası kongre ve ticaret fuarlarını tanıtmaya,
- Dünya genelindeki önemli şehirlerde ofisler açma,
- Turizm konulu araştırmalar yapmak ve
- Japonya hakkında yazılı ve görsel materyal yayınlama.

Japonya Ulusal Turizm Örgütü'nün dünya genelinde, 11 ülkede (ABD, Kanada, Birleşik Krallık, Almanya, Fransa, Güney Kore, Çin, Tayland, Singapur, Endonezya, Avustralya) 14 şehirde (New York, Los Angeles, Toronto, Londra, Frankfurt, Paris, Seul, Beijing, Şangay, Hong Kong, Bangkok, Singapur, Cakarta, Sidney) bölgesel ofisi bulunmaktadır (www.jnto.go.jp, 2014b).

Kanada Turizm Komisyonu (CTC – Canadian Tourism Commission) Kanada'nın ulusal turizm örgütüdür. Kanada'da turizm, Endüstri Bakanlığı'nın sorumluluğundadır. CTC, Kanada'nın ortak çıkarları doğrultusunda çeşitli bakanlıklarla işbirliği yapmaktadır. Kanada'da ayrıca dört federal bölgesel ekonomik kalkınma ajansı ve diğer bölgesel ekonomik kalkınma ajansları da turizmde sorumluluk sahibidir. Kanada'da bir turizm işletmesi, faaliyetlerini kendi başına yürütmeyi seçebileceği gibi destinasyon pazarlama örgütü, mesleki birlikler, il yönetimi, bölge yönetimi, belediyeler ve CTC ile kurulacak bir ortaklıkla da faaliyetlerini sürdürebilir (Lennon vd., 2006: 75).

2.5. Avrupa'da Turizm Örgütü Örnekleri

Bu bölümde, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (2014c: 13) verilerine göre, 2013 yılında, Avrupa'da bulunan ve dünyada en fazla ziyaret edilen ilk on ülke

arasındaki Fransa, İspanya, İtalya, İngiltere ve Almanya'nın turizmde örgütlenme yapılarına ilişkin özet bilgilere yer verilmektedir.

Fransa; Maison de la France (Fransa Turizm Kalkıma Ajansı), Fransa'nın resmi olarak kamu-özel ortaklığıyla kurulan bir ulusal turizm örgütü yapısına sahiptir. Bu örgütün ortakları arasında; otomobil üreticileri, perakende zincirleri, moda ürünleri ve Fransız parfümü gibi çok farklı endüstri ve sektör temsilcileri bulunmaktadır. Fransa ve Fransız ürünlerinin yurt dışı tanıtımı ve pazarlanması ve Fransa'nın 22 bölgesi arasındaki koordinasyonundan sorumlu olan örgüt 1987 yılında kurulmuştur. 1987 yılında 70 üye ile kurulan ve günümüzde 1300'e yakın üyesi bulunan örgütün üstlendiği roller şunlardır (Lennon vd., 2006: 17-109):

- Bölgesel ve yerel turizm otoriteleri ve turizm bölümü komiteleriyle koordinasyon içerisinde Fransa'yı bir turizm destinasyonu olarak tanıtmak.
- Devlet, bölgesel yönetimler, yerel yönetimler, seyahat ve ekonominin diğer önemli sektörleriyle güçlü ortaklıklar kurmak.
- Üyelerinin iş kabiliyetlerini geliştirebilmeleri için uluslararası pazarlama alanında destek sağlamak.
- Uluslararası örgütler, ikili ve çok taraflı anlaşmalarda devlet genel sekreterini temsil etmek.

İspanya'da turizm; Endüstri, Enerji ve Turizm Bakanlığı bünyesinde bulunan turizm sekreterliği tarafından yürütülmektedir (minetur.gob.es, 08.10.2014). Bu birim altında oluşturulan ve otonom bir organ olan TURESPAÑA'nın üstlendiği rol ve görevler şunlardır (tourspain.es, 08.10.2014):

- Bölgesel (Otonom) yönetimler, yerel yönetimler ve özel sektörle işbirliği halinde turizm ürünlerini ve turizm destinasyonlarını uluslararası pazarda tanıtmak ve pazarlamak.
- Sektör odaklı turizm konferansları, İspanya turizm kurulu ve bakanlıklar arası turizm komiteleri aracılığıyla diğer devlet örgütleri, kamu otoriteleri ve özel sektör temsilcileriyle işbirliği halinde turizm politikalarını oluşturmak.
- Uluslararası turizm işbirliklerini ve ilişkilerini hızlandırmak için İspanyol turizm işletmelerini desteklemek.
- Turizmin ekonomik analizini yaparak ekonomik göstergelere dikkat çekmek.

- Turizm ürünlerinin ve turizm destinasyonlarının rekabet edebilirliği, sürdürülebilirlik, kalite ve inovasyonu destekleyecek plan ve programlar hazırlamak.
- Turizm sektörünü modernleştirerek bilimsel ve teknolojik kapasitesini artırmak ve yönetim sürecinin etkinlik ve etkililik unsurlarını iyileştirmek.
- Paradores de Turismo de Espana S.A. (devlete ait otel işletmeleri zinciri) için strateji geliştirmek ve yatırım yapmak.

Her ne kadar Turespana ve otonom bölgeler çift başlılık gibi bir probleme neden olsalar da bölgesel yönetimler, yerel yönetimler ve belediyeler turizme güçlü bir şekilde odaklanarak tüketiciler, yerel toplum, kamu sektörü ve endüstri gibi tüm paydaşların katılımını sağlamakta ve bu da turizmin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Lennon vd., 2006: 225).

İtalya'da turizm politikalarının, merkezi hükümetten bölgesel bürolara devri, turizm örgütlerinde de bir değişim sürecinin başlamasına neden olmuştur. Bu kapsamda destinasyon yönetim organizasyonları, sadece turizmi harekete geçirecek yeni inisiyatifler alma rolü üstlenen örgütler yerine; bölgesel düzeydeki gelişim sürecinin çeşitli aşamalarında bulunan insan ve diğer iç kaynakların yönetiminin yanı sıra sorumlu olduğu bölge ve pazar arasında ilişki kurma rolünü de üstlenmektedir (Minguzzi, 2006: 199). Sicilya'da, Aziende autonome di soggiorno e turismo (turist tanıtım büroları) adı altında toplanan yirmi kamu kuruluşu, çıkar ve yetki sahibi oldukları alanlara yönelik turist akışını yönetmek için faaliyette bulunmaktadır (Cusimano ve Giannone, 2006: 209).

İngiltere; İngiliz hükümeti 1969 yılından önce yaklaşık 40 yıl boyunca turizme ilgi göstermiştir. Bu dönem boyunca, sanayi ve ticaret faaliyetlerinin sorumluluğunu üstlenen Ticaret Bakanlığı düzeyinde turizm ile ilgili belirlenen herhangi bir politika olmadan temsil edilmiştir. Ulusal turizm örgütünün işlevlerini İngiliz Seyahat Birliği ve bu birliğin öncüleri tarafından Ticaret Bakanlığı yönetiminde yerine getirilmiştir (Burkart ve Medlik, 1988: 274).

Almanya; Federal Ekonomik İlişkiler ve Enerji Bakanlığı bünyesinde bulunan Almanya Ulusal Turist Dairesi (German National Tourist Board-GNTB) 60 yıldan daha uzun süredir, Almanya'yı uluslararası turizm pazarında, bir seyahat destinasyonu olarak

tanıtmaya çalışan Federal Almanya'nın resmi turizm örgütü olarak şu faaliyetlerde bulunmaktadır (www.germany-travel, 2014):

- Destinasyon Almanya markasını uluslararası turizm pazarında güçlü bir şekilde tutundurmak.
- Belirli tema, olay ve çekicilikler üzerine pazarlama stratejileri geliştirmek.
- Almanya seyahat endüstrisini oluşturan ilgili tarafları bir araya getirmek.
- Yeni gelişen uzak pazarlarda satış faaliyetlerinde bulunmak.
- Alman seyahat endüstrisi ve ticari birliklerle yakın işbirliği içerisinde olmak.
- Turist akış trafiğini artırmak.
- Yabancı döviz girdisini artırmak.
- Bir iş lokasyonu olarak Almanya'nın profilini güçlendirmek.
- Almanya'yı farklı ve çekici bir seyahat destinasyonu olarak konumlandırmak.

Ayrıca, Federal Ekonomik İlişkiler ve Enerji Bakanlığı bünyesinde bulunan danışma kurullarından birisi olan Turizm Danışma Kurulu (Tourism Advisory Board) da 1977 yılından itibaren; hükümet, işletmeciler, akademisyenler, belediyeler ve birliklerin çıkarlarının tartışıldığı bir forum olarak faaliyette bulunmaktadır. Kurulun başlıca görevi uzmanlar tarafından hazırlanan raporlar aracılığıyla bakanlığa önerilerde bulunmak ve politikaların yürütülmesini desteklemektir (www.bmwi.de, 2014).

Tablo 6
Ulusal Turizm Örgütlerinin Toplam Bütçeleri ve Devletin Katkısı - 2002

Ülke	Toplam Bütçe (£/milyon)	Devlet Katkısı (£/milyon)	Devlet Payı (%) 2002	Devlet Payı (%) 2003	Devlet Payı (%) 2004
İspanya	55.5	48.3	87	88	88
Kanada	54.1	47.0	87	91	88
Avustralya	44.3	35.5	80	80	80
Fransa	36.2	16.3	45	46	-
İrlanda	31.6	30.3	96	96	96
Güney Afrika	26.1	14.4	65	73	71
Hollanda	22.5	14.2	63	65	63.9
Yeni Zelanda	17.0	17.0	100	100	100

Kaynak: Lennon vd. (2006: 18-19).

Not: Devlet; merkezi yönetimi ifade etmektedir. 2004 yılı verileri geçicidir. Bütün yıl: Avustralya ve Yeni Zelanda için 1 Temmuz – 30 Haziran; Güney Afrika için 1 Nisan – 31 Mart; diğer ülkeler için takvim yılı olarak geçmektedir.

Tablo 7
Onlar Turizm Nasıl Yönetiyor?

Ülkeler	Hükümet düzeyinde temsil	Özerk kuruluşlar	Özel sektör
İspanya	Endüstri Turizm ve Ticaret Bakanlığı bünyesindeki Turizm ve Ekonomi Genel Sekreterliği 19 Otonom bölgeye ait Turizm Konseyleri	Bakanlıklar arası Turizm Komisyonu Turizm Sektör Konferansı	Turizm Sektör Konferansı'na katılıyor. 19 otonom bölgenin Turizm Konseyleri'nde temsil ediliyorlar.
Yunanistan	Turizm Bakanlığı bünyesindeki Yunan Ulusal Turizm Örgütü (GNTO)	Yok	Özel sektör turizm yönetiminde yok.
Almanya	Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı • Turizm Danışma Konseyi	Alman Turizm Merkezi (DZT) • Kamu-özel sektör ortaklığı var Yönetim Kurulu Seçimle iş başına geliyor. • Bütçesini ağırlıklı olarak devletten alıyor	Özel sektör şirketleri ve kuruluşları üyeleri DZT'de hükümet temsilcileriyle birlikte söz sahibi.
Avusturya	Ekonomik İşler Bakanlığı 9 Federal bölgeye ait turizm yönetimleri büyük yetkilere sahip	Avusturya Ulusal Turizm Ofisi • Bakanlık, Federal hükümetler ve Federal Ticaret Odası • Bütçesini ağırlıklı olarak devletten alıyor	Federal Ticaret Odası'nın katılımı ile Avusturya Ulusal Turizm Ofisi'nde söz hakkı
İsveç	İş ve Komünikasyon Bakanlığı Bölgesel kuruluşlar • Çoğu Turizm Kurulları şeklinde ve özellikle tanıtım alanında faaliyet gösteriyor.	İsveç Turizm Otoritesi (STA) • Bakanlıktan bağımsız en üst turizm kuruluşudur İsveç Seyahat ve Turizm Konseyi • Tanıtımla görevli • Bütçesini devlet sağlıyor	İsveç Turizm ve Seyahat Konseyi'nde özel sektör temsil ediliyor.
Portekiz	Ekonomi Bakanlığı'na bağlı Turizm Genel Müdürlüğü (DGT)	Portekiz Dış Ticaret Enstitüsü (ICEP) • Kuruluşun Yönetim Kurulu Bakanlar Kurulu tarafından atanıyor	Özel sektör turizm yönetiminde yok
Norveç	Norveç Ticaret ve Endüstri Bakanlığı	Norveç Turizm Ofisi	Norveç Turizm Ofisi'nde Kamu ve özel sektör kuruluşları ortaklaşa temsil ediliyorlar.
Hırvatistan	Deniz, Turizm, Ulaştırma ve Kalkınma Bakanlığı	Hırvatistan Ulusal Turizm Kurulu (CNTB)	Özel sektör CNTB'de temsil ediliyor
İtalya	Verimli Aktiviteler Bakanlığı (Ministry of Productive Activities) • Turizm Genel Müdürlüğü	İtalyan Devlet Turizm Kurulu (ENIT) • Yönetim kurulu kamu yerel yönetimler ve özel sektör temsilcilerinden oluşuyor Ulusal Seyahat ve Turizm Endüstrisi Federasyonu (Federturismo-Confindustria)	Özel sektör ENIT yönetiminde söz sahibi
İzlanda	Komünikasyon Bakanlığı	İzlanda Turizm Ofisi (ITO) • 7 kişiden oluşan Yönetim Kurulu'nun 2'si bakanlık, geri kalanı Seyahat Endüstrisi Birliği, yerel otoriteler ve Turizm Birliği tarafından gösterilen adaylar arasından atanıyor.	Özel sektör İzlanda Turizm Ofisi'nin yönetimine 5 kişi gönderiyor.

Kaynak: TÜRSAB, 2004.

"Avrupa Birliği'nin turizm ile ilgili politikaları ve stratejileri incelendiğinde; sürdürülebilir turizm, sosyal turizm, kültür turizmi, eko-turizm, erişilebilir turizm, kırsal turizm ve fiziksel ve kültürel çevreye saygılı turizm gibi kavramların sıkça kullanıldığı görülmektedir. Calypso, yaşlılar için turizm, 50.000 turist, bisiklet rotaları, Avrupa

kültür başkenti ve EDEN, bu bağlamda öne çıkan uygulamalardan bazılarıdır (Polat, 2014: 144)."

Portekiz'de, bölgesel turizm örgütleri belediyeler, kamu ve özel sektör temsilcileri tarafından kurulan turizm kurullarının sorumluluğundadır (Breda vd., 2006: 70). Rasyonel planlama açısından araştırma ve veri önemli unsurlardır. Bu nedenle Fransa, İtalya, Portekiz ve İspanya gibi ülkeler, turizm destinasyonu yönetişimine liderlik eden turizm gözlemlerini kurmuşlardır. Bu gözlemleri girişimcilere, yatırımcılara, kamu ve özel sektör örgütlerine yönetim ve planlama ile ilgili bilgi sağlayarak, diğer destinasyonlarla olan rekabetlerinde daha güçlü konuma gelmeleri için yardımcı olmaktadır (Costa, 2006: 242).

Tablo 8
Turizmle İlgili Avrupalı ve Uluslararası Birlikler

Birlik	Açıklama
<i>BITS</i> – Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu	35 ülkede 165 üyesi bulunan örgüt sosyal turizm üzerine odaklanmaktadır.
<i>ATLAS</i> – Avrupa Turizm ve Boş Zaman Eğitim Birliği	70'den fazla ülkede üyesi bulunan birlik, uluslararası personel ve öğrenci değişimini ve mesleki gelişim için yapılacak araştırmaları desteklemektedir.
<i>ENAT</i> – Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı	180'den fazla organizasyonun bir araya gelerek, kişinin yaşına ve fiziksel durumuna bakılmaksızın herkesin turizme katılmasını erişilebilir hale getirmek için çalışmaktadır.
<i>ETAG</i> – Avrupa Seyahat & Turizm Eylem Gurubu	Turizmin gelişmesinde ortak çıkarları olan tüm gurupları (kamu, özel sektör, vb.) bir araya getirerek işbirliği içerisinde çalışmalarını amaçlamaktadır.
<i>ETOA</i> – Avrupa Tur Operatörleri Birliği	400'den fazla üyesiyle Avrupalı turizm işletmelerinin oluşturduğu Pan-Avrupa (siyasi birlik) ticaret birliğidir.
<i>ITTFA</i> – Avrupa Turizm Ticaret Fuar Birliği	Dünyanın en iyi turizm fuar ve sergilerini bir araya getiren birliktir.
<i>EUFED</i> – Avrupa Birliği Gençlik Hostelleri Birliği	Hostellerde konaklayan gençleri temsil etmek üzere ulusal gençlik hostel temsilcilerinden oluşan birliktir.
<i>EUROGITES</i> – Avrupa Köy ve Çiftlik Turizm Federasyonu	28 ülkeden 35 profesyonel organizasyonla 100.000'den fazla yerde kırsal tatil olanağı sunan bir federasyondur.
<i>EUTO</i> – Avrupa Birliği Turist Profesyonelleri	Turizmin öne çıkarılması ve geliştirilmesi için çalışan orta ve üst düzey yöneticileri bir araya getiren ulus ötesi bir örgüttür.
<i>HOTREC</i> – Avrupa Otel, Restoran & Kafe	AB'de faaliyet gösteren oteller, restoranlar ve kafeleri temsil etmektedir.
<i>IAAPA</i> – Uluslararası Lunapark ve Çekim Merkezi Birliği	Çekim/Cazibe merkezine sahip olan kişilere yardım etmeyi ve yol göstermeyi hedefleyen kâr amacı olmayan birliktir.
<i>IATA</i> – Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği	140'dan fazla ülkede faaliyet gösteren 270 havayolu işletmelerini emniyetli, güvenilir ve ekonomik hizmet verebilmesi için bir araya getiren birliktir.
<i>IATM</i> – Uluslararası Tur Yöneticileri Birliği	Birlik, 1962 yılında 12 Avrupalı tur yöneticisinin öncülük ettiği ve bugün 750 üyesiyle, tur yöneticilerinin durumunu ve refahını geliştirmek, korumak ve yükseltmek için çalışmaktadır.

Birlik	Açıklama
<i>ICCL</i> – Uluslararası Kruvaziyer Gemi Konseyi	Konsey emniyetli, güvenilir ve sağlıklı gemi yolculukları için hazırlanacak olan düzenlemeler ve politika oluşum sürecinde yer almaktadır.
<i>ICOMOS</i> – Uluslararası Anıt ve Yerler Konseyi	Kâr amacı gütmeyen konsey, tarihi anıt ve yerlerin korunması için çalışmaktadır.
<i>IFITT</i> – Uluslararası Bilgi Teknolojileri ve Seyahat & Turizm Federasyonu	Federasyon, turizm alanında bilgi teknolojilerinin kullanımının daha fazla tartışılması ve gündeme getirilmesi için çalışmaktadır.
<i>IHRA</i> – Uluslararası Oteller & Restoranlar Birliği	Dünya genelinde, turizm endüstrisini temsil eden işletmeleri bir araya getiren birliktir.
<i>IUF</i> – Uluslararası Gıda, Tarım, Otel, Restoran, Yiyecek-İçecek, Tütün ve Benzer İşçiler Birliği	120 ülkeden 336 ticari birliğin oluşturduğu federasyon, 12 milyondan fazla işçiyi temsil etmektedir.
<i>ECTAA</i> – Avrupa Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri	1961 yılında kurulan birlik, seyahat acentaları ve tur operatörlerinin, turizm endüstrisiyle ilgili kararlarda yer almalarını ve seyahat acentacılığı ile tur operatörlüğünün sorunları ve gelişimiyle ilgili çalışmalarda bulunmaktadır.
<i>WATA</i> – Dünya Seyahat Acentaları Birliği	Uluslararası turizmin geliştirilmesi amacıyla 1949 yılında kurulan birlik kâr amacı taşımadan seyahat uzmanlarını bir araya getirmektedir.
<i>WTTC</i> – Dünya Seyahat & Turizm Konseyi	Seyahat ve Turizm endüstrisinde faaliyette bulunan dünyanın en önemli 100 işletmesinin baş yöneticilerinin (CEO) üyesi olduğu konsey, turizmi tüm boyutlarıyla ele almaya ve kamu-özel sektör işbirliğini sağlamaya çalışmaktadır.
<i>UNWTO</i> – Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü	Sürdürülebilir, Erişilebilir ve Sorumluluk sahibi bir turizm için Birleşmiş Milletler bünyesinde; 156 ülke, 6 ortak ve 400 şirket üyesiyle faaliyetlerini sürdürmektedir.
<i>ETFI</i> – Avrupa Turizminin Geleceği Enstitüsü	AB ve Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu tarafından da kısmen finanse edilen enstitü, senaryo planlama yöntemiyle Avrupa turizminin geleceğine yönelik tahminlerde bulunmakta olup, 2009 yılında Stenden Üniversitesi tarafından kurulmuştur (ETFI, 05.02.2014).
<i>ECTT</i> – Avrupa Birliği Turizm ve Seyahat Konseyi	2005 yılında kurulan Romanya'nın başkenti Bükreş'te kurulan konseyin amacı AB içinde ve dışında yatırım fırsatlarını araştırarak turizmin gelişmesine katkıda bulunmak. Ayrıca konsey, AB ülke vatandaşlarına yönelik Avrupa dışındaki bölgelerde güvenli bir şekilde seyahat edebilecekleri yerler hakkında destek sağlamaktadır (ECTT, 05.02.2014).
<i>EUROPARC</i> – Avrupa Doğal ve Milli Parklar Federasyonu	1973 yılında kurulan federasyonun 36 ülkede 400'e yakın üyesi bulunmaktadır. Federasyonun amacı, koruma alanlarının yönetiminde iyi uygulamalar geliştirmek, yeni koruma alanları oluşturmak, Avrupa kıtasında bulunan koruma alanlarının iyileştirilmesi ve geleceğe dönük hazırlanan planlarda koruma alanlarının da göz önüne alınmasını sağlayarak koruma alanlarının sesi olmak şeklinde belirtilebilir (EUROPARC, 05.02.2014).

Kaynak: European Commission, 2012; aktaran Polat, 2014: 140-141.

Butler ve Jones (2001: 300) turizmin parçalı bir yapıya sahip olmasının kontrol mekanizmasında zorluklara yol açtığını ve bunun da genellikle endüstrinin kendi kendini yönlendirmesiyle sonuçlandığını ifade etmişlerdir. Bu durum da sıklıkla, farklı destinasyonlarda farklı oyuncuların çoklu hatta birbirine karşıt amaçları belirlemesine neden olmaktadır.

BÖLÜM 3: TURİZM VE KAMU YÖNETİMİ

Bu bölümde, turizm ve kamu yönetimi ilişkisi üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda, öncelikle kamu yönetimi üzerinde durularak, kamu yönetiminde yaşanan dönüşüm sürecinin yanı sıra topluma hizmet etme amacıyla düzenlenen ve yürütülen kamu politikalarında devletin üstlendiği rollerde yaşanan değişim ve dönüşüm süreci değerlendirilmektedir. Gerek merkezi yönetim gerekse yerel yönetim birimleri çerçevesinde kamu yönetiminin turizmde üstlenebileceği rollerin incelendiği yazın taramasının da yer aldığı üçüncü bölüm, Türkiye'nin kamu yönetimi yapısı incelenerek sonlandırılmaktadır.

3.1.Kamu Yönetimi

Kamu, “halk hizmeti gören devlet organlarının tümü ve bir ülkedeki halkın bütünü, halk ve amme” anlamını ifade etmek için kullanılan bir kavramdır (TDK, 2009: 1055). Temel Toplumbilim Terimleri Sözlüğü’ne göre ise kamu kavramı; “topluluk oluşturucu ortak çıkarlar çevresinde oluşan ve üyeleri bu ortak çıkarlar konusunda karar birliğine ulaşmak için etkileşimde bulunan toplumsal kesim” şeklinde belirtilmektedir (Ozankaya, 1984: 71).

İnsanlar arasındaki ekonomik, idari, siyasi ve sosyal ilişkiler, merkezinde devletin bulunduğu sosyal, idari ve siyasi düzeni oluşturduğunu belirten Eryılmaz’a (2008: 1) göre devlet, insanlar arasındaki ilişkileri düzenleyen ve bu ilişkilerin normlara uygun olarak yürütmesini sağlayan, kamusal mal ve hizmetleri üreten ve yöneten en üst egemen meşru gücü temsil etmektedir.

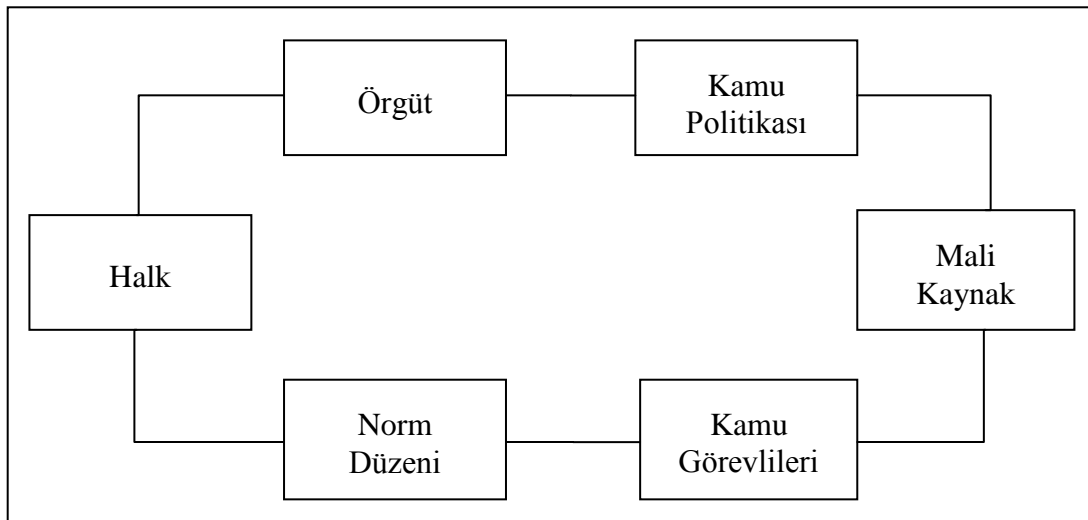
Bilgiç’e (2011: 93) göre, “Gelişme ve değişme fertler için olduğu kadar devletler için de kaçınılmazdır.” Son yüzyıla bakıldığında devletin rolündeki değişim açısından dört dönem geçirildiği ve belki de beşinci dönemin başında olduğumuz düşünülebilir (Çevik, 2010: 39):

- 1900–1930 - liberal devlet (karışmayan devlet) demokrasi ve insan haklarını güçlendirme amaçlı
- 1930–1980 - sosyal devlet (karışan müdahaleci devlet)
- 1980- 2000’lerin başı liberal düzenleyici devlet
- Günümüzde liberal düzenleyici ve yönetişen devlet
- İçinde bulunduğumuz yıl itibarıyla mali ve ekonomik anlamda kısmı müdahaleci devlet.

Kamu programlarının yönetilmesi ile ilgilenen kamu yönetimi (Denhardt ve Denhardt, 2009: 1) bütün bir toplumun, iç içe girmiş ve genellikle de birbirleriyle çelişen sorunları arasında işleyen bir yönetim mekanizması olması (Eryılmaz, 2008: 6) ve devletin eli kolu durumunda olması nedeniyle, yürütme organı içinde önemli bir yere sahip olarak her ülkede vazgeçilmez bir unsur olarak işlev görmektedir (Kutlu, 2006: 11).

Toplumun ihtiyaçlarının karşılanması için gerekli olan hizmetin verilmesi ve devlet mekanizmasının yürütülmesi için birçok fonksiyonun birleşimi (Kapucu ve Palabıyık, 2008: 106) olan kamu yönetimi, Kamu Yönetimi Sözlüğü'ne göre (Bozkurt ve Ergun, 2008: 133):

1. Devlette ya da ona bağlı kuruluşlarda eylemde bulunan kişilerin ve kümelerin davranışlarıyla ilgili alan.
2. Devletin amaçlarını gerçekleştirecek biçimde örgütlenmiş insangücü ve araç-gereç ile bunların yönetimi.
3. Kamusal siyasaların oluşturulmasında, siyasal karar organlarına teknik destek sağlayan ve bu siyasaları uygulayan örgütler bütünüdür.



Şekil 23: Kamu Yönetiminin Elemanları

Kaynak: Eryılmaz, 2008: 8

Şekil 23'te kamu yönetiminin elemanları gösterilmektedir. Bu bağlamda halk, kamu yönetimi organlarını ifade eden örgüt, düzenlenecek ve yürütülecek hizmetlere ilişkin kamu politikası, bu politikaların düzenlenmesi ve yürütülmesi için gerekli mali kaynak, kamu görevlileri ve norm düzeni kamu yönetiminin elemanları olarak ifade edilmektedir.

Kamu yönetimi ifadesi çoğunlukla, klasik kamu yönetimi modeli anlamında kullanılmaktadır. Gerek pratik gerekse teorik olarak 19. yüzyılın sonlarında gelişmeye başlayan klasik kamu yönetimi, 20. yüzyılın son çeyreğine kadar birçok Batılı ülkede, büyük ölçüde değişmeden varlığını sürdürmüştür. Siyasi liderliğin kontrolü altında, politika belirlemeden sadece siyasetçiler tarafından oluşturulan politikaları uygulayan, siyasi parti farkı gözetmeksizin iktidara hizmetini sürdüren, kamu yararını gözeten, sürekli, tarafsız, anonim kamu görevlilerinden oluşan ve katı bir hiyerarşi anlayışa göre örgütlenmiş bürokrasiye dayanan klasik kamu yönetimi (Demirci, 2007: 204) bugün, aşırı kuralcılık, verimsizlik, hantallık, niteliksizlik, gizlilik, katı hiyerarşik yapı ve değişime kapalılık gibi eleştirilerin merkezinde yer almasının yanı sıra değişimi engelleyen veya geciktiren bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Yüksel, 2004: 2).

Devletin; klasik, kaynakları harekete geçirici ve sosyal olmak üzere üç fonksiyonu olduğunu ifade eden Eryılmaz (2008: 61) klasik fonksiyonu: vergi toplama, adalet, güvenlik, savunma ve dış ilişkiler gibi bir devletin varlığı için zorunlu olan işlevler; kaynakları harekete geçirici fonksiyonu: tarım, sanayi ve ulaştırma gibi belirli bazı sektörleri desteklemesi; sosyal fonksiyonu; yaşlılar, öğrenciler, çocuklar ve yoksullar gibi toplumun bazı gruplarına karşı yapılan doğrudan sosyal yardımlar şeklinde açıklamaktadır.

20. yüzyıl boyunca kamu yönetiminde egemen olan katı, hiyerarşik ve bürokratik yaklaşım yerini daha esnek ve pazar ekonomisine dayalı bir yaklaşıma bırakmaktadır (Bilgiç, 2011: 97). Canpolat ve Cangir (2010: 26) değişim kavramının son elli yıllık süreçte, kamu yönetiminde en fazla tartışılan unsur olduğunu belirtmektedir. "Yirminci yüzyılın son çeyreğinde hızlanarak belirginleşen ve yaşanmakta olan dönüşüm süreci, ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel alt sistemlerle etkileşim içinde genelde yönetim özelde ise kamu yönetimine ilişkin anlayış ve yapılanmaları da dönüştürmüştür (Ökmen ve Canan, 2009: 139)."

Kamu yönetimine ilişkin yönetim yaklaşımlarını yasal, kurumsal-yapısal, sosyo-psikolojik, sistem ve durumsallık olmak üzere beş başlık altında toplayan Eryılmaz (2008: 40-43) bu yaklaşımları şöyle açıklamaktadır:

Yasal yaklaşım; yönetim konusunu yasalarda öngörülen ilke ve esasları dikkate alarak incelemektedir.

Kurumsal-Yapısal yaklaşımda; kamu yönetimi örgütlerinin yapısı, merkezi ve yerel düzeyde konumlanması ve karşılıklı ilişkileri; işbölümü, hiyerarşi ve kontrol alanı gibi örgütlerin iç düzeni; bürokrasi ve kamu hizmetlerinin örgütlenme biçimleri gibi hususlar incelenmektedir.

Sosyo-Psikolojik yaklaşım; psikoloji, sosyoloji ve sosyal psikolojinin yardımıyla, yönetsel örgütlerdeki insanların davranışlarını sistematik olarak incelemektedir.

Sistem yaklaşımı; yönetimi personel, örgüt, norm düzeni, mali kaynak ve insanlardan oluşmuş bir bütün olarak değerlendirilmekte ve sosyo-kültürel, siyasal ve ekonomik çevre ile birlikte değerlendirilmesini ifade etmektedir.

Durumsallık yaklaşımı; klasik ve neoklasik yaklaşımların en iyi örgütlenme ilkeleri ve en iyi örgüt yapısı konusundaki görüşlerinin yetersizliğine vurgu yaparak, her yer ve zamanda geçerli en iyi bir organizasyon yapısı ve yönetim ilkesi olmadığı, bunların şartlara bağlı değişkenler olduğu düşüncesine dayanır.

"Dünyanın siyasi, ekonomik, idari ve kültürel alanda yaşadığı hızlı değişime devletlerin ayak uydurmada zorlandığı söylenebilir. Yaşanılan iki dünya savaşı, 1929 ekonomik buhranı, 1973 ekonomik krizi ve diğer gelişmeler devletin kamu hizmetlerinin sunulmasında ve ekonomiye müdahalede çizgilerin değişimine neden olmuştur (Çevik, 2010: 39)." 1980'li yıllarda müdahaleci devlete karşı ortaya çıkan yeni kamu işletmeciliği reformu kapsamında mali yapı, personel yönetimi ve örgütsel yapı değişiminin yaşandığı başlıca alanlardır. Bu bağlamda, örgütsel yapı kapsamında yaşanan değişimler dört alanda yoğunlaşmaktadır (Canpolat ve Cangir, 2010: 30):

- Kamusal örgütler tek amacı gerçekleştirecek şekilde uzmanlaşma esasına göre örgütlenmelidir.
- Eşgüdüm, geleneksel hiyerarşik mekanizmalar aracılığıyla değil piyasa mekanizmaları, sözleşme ve yarı sözleşme yöntemleriyle gerçekleştirilmelidir.
- Merkeze ait yetkiler hem işlevsel hem de coğrafi olarak âdem-i merkezî bir anlayışla alt birimlere devredilmelidir.
- Büyük kamusal örgütler parçalanmalı ve küçültmelidir.

Karakurt'a (2011: 430) göre, 1980'li yıllardan sonra birçok ülkede, devletin rolünün minimize edildiği, deregülasyon ve liberalleşmenin hızlandığı ve günümüzdeki anlamıyla küreselleşmenin egemen olduğu bir süreç yaşanmıştır. Piyasa egemenliğinin ortaya çıkmasıyla sonuçlanan bu süreçte, piyasaların etkin çalışacağı ve piyasa regülasyonunun denetim fonksiyonunu yerine getireceği varsayılmıştır. Bununla birlikte, geçen 20-30 yıllık süreçte, devletin ekonomideki payının azalması ve piyasanın kurlsız ve denetimsiz bir şekilde bırakılması, ülkeler arasında ya da bir ülkenin kendi sınırları içerisindeki eşitsizlikleri gidermemiş hatta toplumun ortak malı olan ülke kaynaklarının özel sektör tarafından gelişigüzel kullanıldığı görülmüştür. Ortaya çıkan bu tablo karşısında, özel sektörün başıboş bırakılmaması anlamına gelen devletin düzenleme ve denetleme rolünü üstlenmesinin bir zorunluluk olduğu görülmüştür.

3.2.Turizm ve Kamu Yönetimi

21. yüzyılın başlarında, turizm endüstrisinin geleceğinin belirlenmesinde önemli değişimler yaşanmaktadır. Bölgesel rekabetten küresel rekabete doğru hızlı bir yönelim söz konusudur; hükümetler pazara müdahale etme kapasitelerini kaybetmeye başladılar; politik uygulamalar ve ideolojiler yerine idari ilkeler üzerine dayalı politikaların oluşturulmaya başlanması bu değişimlerden bazılarıdır (Costa, 2006: 236). Medlik (1997: 5) turizmin anlaşılmasında hangi disiplinin nasıl katkıda bulunacağını şu şekilde açıklamaktadır:

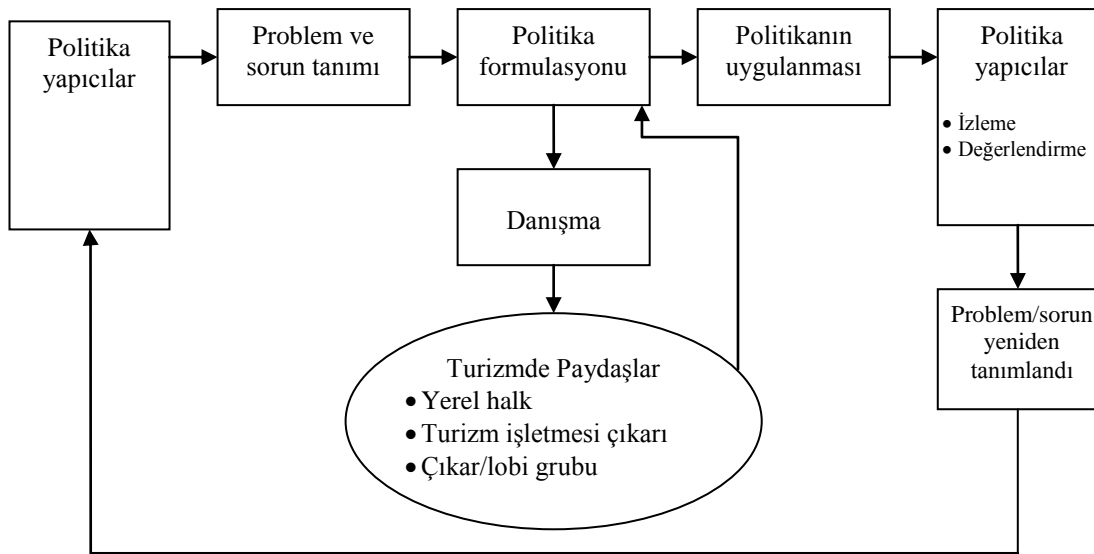
- Ekonomi: Turizmde arz ve talep ilişkilerini inceler.
- Coğrafya: Turizmde mekânsal boyutlar ve ilişkilerini inceler.
- Psikoloji: Turizm motivasyonlarını inceler.
- Politika/Siyaset: Turizmde devletin rolünü ve ilişkilerini inceler.
- Sosyoloji: Ziyaretçilerin toplumlar üzerindeki sosyal etkilerini inceler.
- Balneoloji: Banyo ve mineral suları ile onların iyileştirme etkilerini inceler.
- Ekoloji: Canlı organizmalar ile çevreleri arasındaki ilişkileri inceler.
- Demografi: Nüfus istatistiklerini inceler.
- Meteoroloji: Hava bilgisini inceler.
- Topografya: Bir alanın yüzey özelliklerinin harita üzerinde gösterimini inceler.

Medlik'in de ifade ettiği gibi turizmde, devletin rolünü politika ve siyaset disiplini incelemektedir. Politika ve siyaset ise kamu yönetiminin ilgi alanına girmektedir. "Bir

bütün olarak endüstri ölçeğinde ancak kamu yönetimi, politikalar oluşturabilir ve bu politikaları zorlayabilir (Howie, 2003: 195)." Çevik ve Demirci (2011: 22) kamu politikası kavramını "kamu yönetimindeki hizmet programlarının yapılması ve bu programların uygulanmasını ve değerlendirmeler sonucunda alınacak derslerle yeniden oluşturulmasını kapsayan bir kavramdır." şeklinde tanımlamaktadır.

Kamu politikalarının belirlenmesi ve yürütülmesi, kamu yönetiminin işlevsel yönünü; yasalarla belirlenen görevleri yerine getirmek için devletin ulusal ve yerel düzeyde örgütlenmesi ise, kamu yönetiminin yapısal yönünü ifade etmektedir (Eryılmaz, 2008: 6). Kamu sektörü politikaları; ihtiyatlı, kalkınma odaklı ve genellikle daha stratejik ve koordinasyoncu niteliklere sahiptir (Howie, 2003: 184). Çevik ve Demirci'ye (2011: 24) göre: "Kamu politikaları kurumlar arası uzlaş, takım halinde ve bağlantılı eylem planı içerisinde hareket edebilmenin sonucu olarak geliştirilebilir."

Politika yapmak, hem kamu hem de özel sektör faaliyeti olarak gerek turist destinasyonlarında gerekse özel işletmelerde gerçekleştirilmektedir (Howie, 2003: 182). Kamu politikası, turizm endüstrisi ve turizm endüstrisiyle ilgili faaliyetlerde üstlendiği düzenleyici rol nedeniyle turizm açısından çok önemli bir konuma sahiptir (Bramwell, 2006: 155). Turizm çerçevesinde politika; turizm endüstrisini meydana getiren paydaşların öncelikleriyle turizmden etkilenen diğer insanlar arasında bir denge yaratan ve kararlara rehberlik edecek bir plan hazırlayarak rasyonel sonuçlara ulaşılmasını sağlayan bir araç olarak kabul edilebilir (Kunkel, 2008: 2).



Şekil 24: Turizmde Politika Yapma Süreci

Kaynak: Page, 2009: 432.

Şekil 24'te turizmde politika yapma süreci gösterilmektedir. Bu kapsamda, politika yapmakla yetkili ve sorumlu tarafların öncelikle, problem veya sorunun teşhisini yapması gerekmektedir. Problem veya sorunun belirlenmesi ve tanımının yapılmasından sonra yerel halk, turizm işletmecileri ve diğer çıkar gruplarının da görüşü doğrultusunda hazırlanacak politikanın formülasyonu yapılmaktadır. Tanımlanan problem veya sorunun çözümü için hazırlanan politikanın uygulanması ve uygulama sürecinin politika yapıcılar tarafından izlenmesi gerekmektedir. Bu izleme sürecinde, politika yapıcılar tarafından yapılan değerlendirmeler ışığında, problem veya sorunun yeniden tanımlanması aşamasına geçilebilir.

Turizm politikası, turizm endüstrisine yönelik politikalardır. Bu politikaların rehberlik, yönlendirme ve politikaların hazırlandığı ülke, bölge ve alanın yararına dönük seçimleri yapmaları için özel sektörü ikna etme hedefleri bulunmaktadır (Howie, 2003: 189). Turizm politikası; turizm planı, örgüt, parasal kaynaklar, otorite, koordinasyon, esneklik, çevre ilişkileri, denge, insan ilişkileri ve kontrol elemanlarından oluşmaktadır (Olalı, 1990: 34).

Usta'ya (2002: 205) göre turizm politikası: “Bir ülkede turizm endüstrisini geliştirmek, yönlendirmek ve denetlemek amacıyla, yönetimler tarafından çeşitli araçlar kullanılarak belirlenen yaklaşımlar ve hedefler, alınan önlemler veya bunların bütünüdür.” Olalı (1990: 23) ise turizm politikasını şöyle tanımlamaktadır:

“Turizm politikası; bir ülkede genel ekonomi politikasına uygun olarak, bir yandan iç ve dış turizmin geliştirilmesi ve yönlendirilmesi, turizmin gelir ve döviz girdisi sağlayıcı, istihdam yaratıcı fonksiyonlarından en rasyonel biçimde yararlanılması gibi ekonomik hedeflere, diğer yandan kültürel, sosyal, sağlık gibi ekonomik nitelik taşımayan meta-ekonomik (iktisat-dışı) hedeflere ulaşmak için kamu yönetimleri tarafından alınan önlemlerin ve yapılan müdahalelerin tümüdür.”

Turizm politikası, belirlenen bir alanın beklentilerini karşılamaya yönelik ortaya konulan hedefler ve belirli eylemlerin tanımlanmasına yardımcı olan yönergeler seti olarak kabul edilebilir (Howie, 2003: 189). Sümer'e (1983: 320) göre: “Turizm politikası, örgütlenmiş bir toplumda, turizmin ekonomik ve ekonomik olmayan fonksiyonlarından en rasyonel şekilde yararlanmak, turizmin muhtemel olumsuz etkilerini en alt düzeye indirmek amacıyla turistik gelişmenin gidişine bilinçli olarak yapılan müdahalelerin ve sektörde alınan önlemlerin tümüdür.”

Turizm politikasının; dinamik nitelik taşıması, çok yönlü olması, kurumsal karaktere sahip olması ve akılcı ilkelerden hareket etmesi gibi özellikleri bulunduğunu ifade eden Olalı'ya (1990: 31-33) göre, turizm politikasına ihtiyaç duyulmasının nedenleri şunlardır:

1. Turizm, ancak kamu yönetimi tarafından düzenlenebilecek ve koordine edilebilecek boyutta dev bir ekonomik ve sosyal faaliyettir.
2. Turizm sektörünün diğer sektörlerle olan ilişkisi ve sektöre bağlı sorunları devlet müdahalesini zorunlu kılar.
3. Turizm sektörünün büyük alt-yapı ihtiyacı yaratması, zorunlu kıldığı büyük ve sabit sermaye yatırımları devlet desteğini, yardımını ve katkısını gerektirir.
4. Gelişmekte olan ülkelerde özel teşebbüsün yeterli düzeyde gelişmemiş olması, kolektivist ülkelerde devletin tek ekonomik ajan durumunda bulunması piyasa ekonomisine bağlı gelişmiş ülkelerde ise aşırı yatırım yoğunluğu devletin turizm alanında aktif bir fonksiyon ve rol oynamasını gerektirir.
5. Turistik gelişme kutupları ve dışsal ekonomiler bakımından tümüyle uygun bir çevre yaratmak isteği devlet müdahalesinin nedenlerinden biridir.
6. Sağlıklı bir turistik gelişmeye bağlı sayısız sorunları devletin genel ekonomi politikasının muhtevası içinde turizm sektörünün düzenli, dengeli gelişmesini öngören bir politikanın hükümetler tarafından izlenmesini zorunlu kılabilir.
7. Dış ödemeler dengesinde meydana gelen sürekli açıklar, döviz darboğazı gerek dış aktif turizmde gerekse dış pasif turizmde bazı önlemlerin alınmasını gerektirir.
8. Turizmin konjonktür değişimleri karşısındaki aşırı derecedeki duyarlılığının ortaya çıkarabileceği ulusal kayıplar, turistik propaganda ve reklamın ağır maliyetleri, tatillerin zaman ve mekan içinde dengeli dağılımı yönünde sınırlı da olsa bir mesafe katedebilme zorunluluğu, sosyal turizmi geliştirme politikası gibi değişik nedenler turizm alanında devlet müdahalesini öngörür.

Wanhill (2004: 367) turizm sektörünün, bir turizm destinasyonunu meydana getiren tüm unsurları ve turizmin yerel toplum üzerindeki etkisini kontrol edemeyeceğini savunmaktadır. Bu nedenle de turizm planlamasında, devletin en üst düzeyde yer

almasının bir zorunluluk olduğunu ve kamunun idari yapısı içerisinde uygun olan birimin bu sürece katılması gerektiğini ifade etmektedir.

Turizm endüstrisinin egemenlik alanı dışında kalan hiçbir yer yoktur; her şehir, kasaba veya bölge turistik bir alan olarak paketlenip metalaştırılma potansiyeli taşır (Behdad, 2007: 82). Lennon vd. (2006: 8) çok az sayıda hükümetin turizm endüstrisine katılım ile ilgili şüphesi bulunduğunu ifade etmektedir. Birçok hükümet turizmi yeni iş olanakları sunan bir alan olarak görmektedir (Page, 2009: 4).

Turizm endüstrisi, turizmin ekonomik katkısının görülebilmesi ve kabul edilmesi için hükümetlerden artan bir şekilde talepte bulunmasına rağmen (Massieu, 2006: 229) turizmin gerçek ekonomik öneminin azımsanması nedeniyle birçok ülkede, politik ve popüler destek noktasında zorluklar yaşanmaktadır (Massieu, 2006: 235).

Lennon vd. (2006: 8) Avustralya, Yeni Zelanda ve Kanada gibi ülkelerde, hükümetlerin turizm tanıtımına fon sağlamasının nedeni, ülkenin ya da bölgenin tanıtımı sayesinde sadece turizm endüstrisinin değil toplumun bütün olarak bu durumdan yararlanacağını düşünmeleridir. Hükümetlerin, turizmin talep ve arz yönleri üzerinde etkileri olduğunu ifade eden Bhatia'ya göre bu etkiler şunlardır (2002: 110):

- Talep yönü açısından net gelirin maksimize edilmesi ve maliyetlerin minimize edilmesi;
 - Talebi harekete geçirmek için vize isteğini kaldırarak,
 - Yurt içinde ve yurt dışında tanıtım yapan turist örgütlerini destekleyerek,
 - Yurt dışına çıkan turistler üzerindeki kontrol işlemlerini değiştirerek,
 - Yurt dışından gelen turistlerden istenen koşulları değiştirerek,
 - Giriş çıkış vergileri toplayarak,
 - Turistlere para desteği sağlayarak,
 - Kullanılabilir gelir ve boş zamanı etkileyecek her türlü eylemde bulunarak başarılıdır.
- Arz yönü açısından tüketicilerin korunması ve kısa sürede ekonomik faydanın elde edilmesi;
 - Yol ve havalimanı gibi altyapı imkânları sunarak,
 - Su, kanalizasyon ve sağlık hizmetleri gibi kamu hizmetlerinin düzeyini iyileştirerek,

- Eğitim ve öğretimi içeren insan kaynakları gelişimini sağlayarak,
- Borç, devlet desteği, para yardımı gibi birçok alanda yatırım teşvikleri sağlayarak,
- Bölgesel imar düzenlemelerine yönelik izinleri planlayarak,
- Ulusal parklar gibi kaynakları koruyacak mevzuatı hazırlayarak,
- Yabancı yatırım akışıyla ilgili kuralların çerçevesini oluşturarak başarılabilir.

Kural olarak turizm, bir ülkenin ekonomisinde ne kadar çok yer tutuyorsa kamu sektörünün katılımı da o kadar çok olmaktadır. Bu katılım, devletin yatırım teşviği vermesinden yalnız turizmle sorumlu bir bakanlığın kurulmasına kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Wanhill, 2004: 368). Medlik (1997: 129) sektörlerden birisi olarak turizmin de yer aldığı ulusal kalkınma planlarının oluşturulmasının, bir turizm geliştirme veya turizm pazarlaması planının hazırlanmasına göre daha optimum bir yaklaşım olacağını savunmaktadır.

Genel kabule göre ulusal birimler, ulusal politikaların belirlenmesi ve sektör için ulusal standartların oluşturulmasıyla sorumludur. Ayrıca planlama ve kalkınma amaçlarına uygun olarak uluslararası pazarlama ve tutundurma faaliyetlerinin koordinasyonundan da ulusal birimler sorumludur (Yüksel ve Yüksel, 2000: 801). Ulusal turizm idarelerinin tarihi geçmişi incelendiğinde ilk olarak Yeni Zelanda'da 1901 yılında kurulduğu görülmektedir. Yeni Zelanda'yı sırasıyla; 1910 yılında ulusal turizm idaresini kuran Fransa, 1917 yılında ulusal turizm idaresini kuran İsviçre ve 1919 yılında ulusal turizm idaresini kuran İtalya gelmektedir (Medlik, 1997: 149).

Birçok ülkede turizmin gelişimi için altyapı olanaklarını kamu sektörü sağlar (Medlik, 1997: 155). Burkart ve Medlik (1988: 201) turizm hareketliliği nedeniyle ortaya çıkan; göçün kontrolü, ödemeler dengesi, fiziksel planlama, bölgesel politika, sağlık ve kamu güvenliği gibi çok açık faktörler nedeniyle hükümetlerin turizme duyarsız kalamayacaklarını ifade etmektedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (2014c: 2) verilerine göre, dünya genelinde; gayrisafi yurtiçi hâsılanın %9'u, her 11 işten 1'i, 1.4 trilyon \$ ihracat geliri ve dünyadaki toplam ihracatın %6'sı, 1 milyar 87 milyon uluslararası turist ile 6 milyar yerli turist turizm hareketliliğine katılmasından kaynaklanmaktadır.

Serbest piyasa ekonomilerinde devletin turizm sektörüne sağlayabileceği katkılar şunlardır (Yağcı, 2007: 169):

- Turizmle doğrudan ve dolaylı ilgisi bulunan ve genel ekonomik politika ve uygulamalarla çelişmeyecek yasalar çıkarmak.
- Turizme yönelik yasa, yönetmelik ve kararlarda ilgili tüm kesimler arasında koordinasyon görevi üstlenmek.
- Turizm üst yapı kurumlarının etkin çalışmalarına olanak tanıyan ve sunulacak hizmetin daha kaliteli olmasına katkıda bulunacak her türlü alt yapı yatırımlarını gerektiğinde özel sektörün katkılarını da alarak gerçekleştirmek.
- Hükümetler ve etkili uluslararası kuruluşlar düzeyinde, turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlayacak ekonomik, siyasal, kültürel ve hukuksal konularda ilişkiye geçmek.
- Turizm eğitimi, turizmde güvenlik, turist sağlığı, turizm etiği, turizm tüketici hakları ve rekabet koşullarına yönelik düzenlemelerde bulunmak.
- Turizmde arsa ve arazi tahsisi gibi konularda ülkenin uzun dönemli çıkarlarını gözeterek ve sürdürülebilirlik yaklaşımlarıyla uyumlu politikalar geliştirmek.
- Turizmin salt dış turizmden oluşmadığı gerçeğinden hareketle iç turistik faaliyetlerin genişletilmesine yönelik atılacak adımlara öncülük etmek.
- Turizme doğrudan yabancı yatırımcıları çekebilmek amacıyla gerekli yasal düzenlemeleri yapmak.
- Ülke çıkarlarını gözeterek, çeşitli grup ve kişilere kısa dönemli menfaatler sağlamaktan uzak, dağıtımı ve kullanımı denetlenebilen etkin bir teşvik mekanizması geliştirmek.
- Turizmde istihdam edilen iş gücünün sosyal güvenliğine yönelik haklarının korunmasını sağlamak.

İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 24 üncü maddesinde herkesin dinlenme ve boş zaman hakkına sahip olduğu ve bu hakkın makul çalışma saatleri ile ücretli tatili de içerdiği ifade edilmektedir (www.un.org, 2014). Devletler, insanların seyahatlerini kolaylaştırıcı tedbirler almalıdır. Örneğin, vize işlemleri zaman baskısı altında olan insanlar için bir sorun olarak görülmektedir. Ayrıca seyahat etme talebinde bulunan insanlar için havayolu hizmetlerinin kalitesi ve kara ulaşımının altyapısı gibi ulaştırma

olanaklarının geliştirilerek ve iyileştirilerek seyahat eden insanlar ödüllendirilmelidir (Clark, 2001: 80).

Pike'a (2004: 155) göre: "Ulusal düzeyde tüm ülkeler, vatandaşlarına karşı seyahat etmek için güvenli olmayan yerleri belirleme ve bu konuda önerilerde bulunmakla sorumludur." Poon (2001: 149) da yerel toplumun turizme katılımının sağlanması ülkeleri yöneten hükümetlerin sorumluluğundadır değerlendirmesini yaparak bu işi devletin yerine getirmesi gerektiğini ifade etmektedir. Turizm destinasyonlarının başarısı ancak ziyaretçilerin, kendilerini tam olarak rahat hissetmelerine bağlıdır. Bu da yerel toplumun ziyaretçilere karşı hoşgörülü olmalarıyla mümkün olabilir.

Birçok toplum için turizm; yerel, bölgesel ve ulusal ekonomi için katkıda bulunan önemli bir faktör olmasının yanında bazen başlıca yabancı döviz kaynağı da olabiliyor. Bu nedenle, ülkelerin idari organlarının, güvenlik olaylarının etkilerini takip etmesi ve analiz etmesi gerekmektedir. Turist bölgelerinde, gelecekte ortaya çıkabilecek güvenlik olaylarına karşı yeni ve/veya iyileştirilmiş güvenlik önlemlerinin alınması için girişimin başlatılması; güvenlik olayının ortaya çıkmasından dolayı yaşanan risk yönetimi sürecine katkıda bulunulması; turizmde krizlere neden olacak her türlü güvenlik olayının üstesinden gelebilmek için finansal destekte bulunulması ülkelerin idari organlarının yerine getirmesi gereken faaliyetlerdir (Pizam ve Mansfeld, 2006: 8).

Heeley (2001: 274) kamu yönetiminin turizmde üstlenebileceği önemli rollerden birini liderlik olarak göstermektedir. Her yerde, turizm idaresi bir muammaya neden olmaktadır. Geniş görüş açısı sağlayan stratejik nokta açısından değerlendirildiğinde turizmin ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde parçalanmış bir yapıya sahip olduğu ve birkaç küçük ölçekli şirket tarafından yürütüldüğü görülmektedir.

Dünya genelinde devletler, turizmin gelişimi sürecinde özel sektörün, belirli parametreler kapsamında işleyen pazar mekanizmasında başarılı olabilmesi için, desteklemek ve pazar mekanizmasına uygun düzenlemeleri yapmak için müdahalede bulunurlar (Wanhill, 2004: 368). Günümüze kadar devletler, bir şekilde hemen hemen her türlü ulaştırma altyapısını finanse etmiştir. Ancak, son zamanlarda Fransa, Almanya, İspanya ve İtalya başta olmak üzere birçok batılı ülke ulusal havayollarından desteklerini çekmeye başlayarak tren yolu taşımacılığına desteklerini yönlendirmeye başlamıştır (Seekings, 2001: 226).

Turizmle ilgili yatırım politikalarında devletin, verilecek teşviklerin düzeyine karar vermesi gerekmektedir. Burada devletin yapacağı katkının, isteğe bağlı olması ideal durumdur. Oldukça genel, borç verme, yardım, vergi muafiyetleri ve uygun gördüğünde öz sermaye yatırımları gibi teşvikleri verebilecek şekilde turizm bakanlığını güçlendiren bir yasanın hazırlanması büyük önem taşımaktadır (Wanhill, 2004: 380).

Bramwell'e (2004: 419) göre, politik enstrümanlar arasında uygun bir denge sağlamak için; devletin isteğe bağlı davranışları desteklemesi, finansal teşviklerde bulunması, doğrudan kamu otoriteleri tarafından gerçekleştirilen eylemlere yönelik devlet harcaması ve hükümet düzenlemeleri gibi dört tür enstrüman arasında genel bir dengenin gözetilmesi gerekmektedir.

Bilgiç'e (2011: 95) göre konu, tür ve nitelik olarak çok kapsamlı, çeşitli ve değişken olan kamu hizmetleri, 20. yüzyıla kadar devletler tarafından yerine getirilen adalet, savunma ve güvenlik hizmetlerini ifade etmektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ise devletlerin yapısında sosyal devlet ve refah devleti kapsamında değişikliklere gidilmiş ve değişen siyasi, iktisadi ve toplumsal koşullara uygun bir şekilde eğitim, sağlık, iktisat, ticaret ve kültür gibi alanlarda da rol üstlenmiştir.

Bilgen'e (2009: 48) göre turizm, milli servetlerin korunması, turizmin düzenlenmesi, yönetilmesi ve geliştirilmesi aşamaları nedeniyle bir kamu hizmet alanıdır. Olalı (1990: 24) turizmde, kamu yönetiminin rol almasını gerektiren nedenleri şöyle sıralamaktadır:

1. *Ekonomik Nedenler*

- Turizm; kişisel tüketimde önemli bir yer tutmaktadır;
- Üretim hacmini artıran uyarıcı bir faktördür;
- Ülkenin gelişme durumları farklı bölgeleri arasında bir denge kurmaya imkân vermektedir;
- İnsanlara dolaylı ve dolaysız olarak çalışma alanları sağlamaktadır;
- Ülke için döviz girdisi sağlayan, döviz çıkışına sebep olan bir faaliyettir.

2. *Sosyal Nedenler*

Turizm;

- Sosyal bakımdan devleti ilgilendiren birçok sosyal fonksiyonlar görmektedir;

- Bir üretim faktörü olan insan gücünün dinlenmesine fırsat vermektedir;
- Sermaye, tabii kaynak gibi diğer üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlamaktadır;
- Kişilerin görüş ufuklarını geliştiren, boş zamanlarını değerlendiren bir faaliyettir;
- Hayat şartları değişik ülkelerde, bir ülkenin değişik bölgelerinde yaşayan insanlar arasında karşılıklı tanımaya, anlaşmaya imkân veren bir haberleşme aracıdır;
- Turist kabul eden ülkenin, bölgenin sosyal yapısını, gelenek ve göreneklerini değiştiren bir etki göstermektedir.

3. Çevresel Nedenler

Turistik faaliyetler;

- Turist kabul eden ülkenin tabii çevresi üzerine olumlu veya olumsuz etkiler göstermektedir;
- Tesis, yol gibi sebeplerle mekân tüketen faaliyetlerdir;
- Tabii çevrenin kalitesini, tarihi eserlerin, güzel sitlerin estetiğini bozabilmektedir.

4. Kültürel Nedenler

Turizm;

- Ziyaret edilen ülke ve bölge kültürleri üzerine etki göstermektedir;
- Ziyaret edilen kişilerin kültürleri üzerine etki edebilmektedir;
- Kültürel varlıklara değer kazandırabilir veya kültürel varlıklara değer kaybettirebilir;
- Kişilerin tutum ve davranışlarına yansıyan bir takım değişiklikler meydana getirecek şekilde insanların düşüncesine etki edebilmektedir.

Medlik (1997: 149) ekonomik büyüme ve istihdam konularının genellikle merkezi yönetimin ilgi alanına girdiğini, çevrenin niteliği ve istihdam konularının da yerel yönetimlerin genel ilgi alanlarına girdiğini ifade etmektedir. Özel sektörün ise sadece belirli bir endüstri ile ilgilenmesi, merkezi yönetim ve yerel yönetimler ile aralarındaki ilgi farklılığını ortaya koymaktadır. Holloway (1987: 224) devletlerin, turizm

planlamasında karşılaşacakları zorluklardan birini, turizmi etkileyecek konularla ilgili sorumlulukların merkezi ve yerel yönetimler arasındaki paylaşımını göstermektedir.

3.2.1. Turizm ve Merkezi Yönetim

“*Merkeziyetçi devlet*, kamusal hizmetleri merkezde toplayan ve bu hizmetleri merkez ve merkezin hiyerarşisi içinde yer alan kuruluşlarca yürütülmesine ağırlık veren devlettir. Türkiye, Eski Doğu Bloku ülkeleri, Ortadoğu’daki çoğu ülkeler, Afrika ülkelerinin büyük bölümü, Yunanistan, Bulgaristan ve Fransa merkeziyetçi devletler olarak tanınmaktadırlar (Parlak, 2011: 348).”

Merkezi hükümet, politika geliştirmekle yükümlü en üst düzey ulusal hükümeti temsil etmektedir (Howie, 2003: 196). Hükümetler, tesisler ve alanlar geliştirerek doğrudan ya da turizmin gelişmesine yardım eden örgütleri eğiterek dolaylı bir şekilde turizme katılmaktadır (Page, 2009: 416). Pike'e (2004: 24) göre turizmde, hükümetlerin rol üstlenebileceği alanlar şunlardır:

- Pazar başarısızlığını minimize etme,
- Altyapı olanaklarının sağlanması,
- Mali gelir,
- Sınır kontrolleri,
- Mekânların yeniden bölüşümü,
- Kaynakların korunması,
- Düzenleyici koruma tedbirleri,
- Dışsal olaylar,
- Sosyal fayda.

Holloway (1987: 223) ise, ulusal bir hükümetin turizmde üstlenebileceği rollerin dört açıdan özetlenebileceğini ifade etmektedir;

- a) Turizm planlamasıyla birlikte finansal ve diğer yardımları sağlayarak kolaylaştırma,
- b) Turizm endüstrisini oluşturan sektörlerin yönetimi ve kontrolü,
- c) Turizm endüstrisini oluşturan unsurların doğrudan tasarrufu,
- d) Ülke ve ülkede yer alan turizm ürünlerinin yurtiçi ve yurtdışı tutundurma faaliyetlerini yürütmek.

Bramwell'e (2004: 406) göre pazar ekonomilerinin, kendi arzularıyla ürettiği turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir turizmi desteklememesi nedeniyle, devlet müdahalelerinin zorunlu olduğu giderek yaygınlaşan bir şekilde kabul görmektedir. Birçok ülkede, ulusal turizm idarelerinin gelirlerinin büyük bir bölümü merkezi hükümet tarafından sağlanır (Medlik, 1997: 156). Andaç (2013: 8) turizmin 1934-1943 yılları arasında Türk kamu yönetiminde yer almasını şöyle özetlemektedir:

Turizmin Türk kamu yönetimi içinde yerini alması, ilk olarak 1934 yılında 2450 sayılı "İktisat Vekaleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında Kanun"la kurulan "İktisat Bakanlığı" içinde "Türk Ofisi" dairesine bağlı "**Turizm Bürosu**" nun kurulması ile başlamıştır. Bu büro 1938 yılına kadar propaganda, neşriyat, turizm işleri gibi faaliyetleri yürütmüştür. 1938 yılında Türk Ofisi içinde yer alan "Neşriyat ve Propaganda" servisine bağlı "**Turizm Masası**" şeklinde bir şube açılmıştır. Bu şube 1939 yılında kurulan Ticaret Vekaletinin içinde "**Turizm Şube Müdürlüğü**" şekline dönüşmüştür. Turizmle ilgili faaliyetler, 1940 yılında 3837 sayılı kanunla Başbakanlığa bağlanan "Matbuat Umum Müdürlüğü" bünyesi içine alındı. Daha sonra, 1943 yılında 4475 sayılı "Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Teşkilat, Vazife ve Memurları Hakkında Kanun"la kurulan "Basın – Yayın Umum Müdürlüğü" içinde "**Turizm Dairesi**" ne devredildi.

Türkiye'deki, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile bakanlığın taşra teşkilatlarından oluşan mevcut turizm yapılanması, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kuruluş kanununun turizm örgütüne yüklediği birçok görev ve fonksiyonunun, etkin ve verimli bir şekilde yerine getirilebilmesinde yeterli değildir (Yavuz ve Karabağ, 2009: 122). Türkiye'nin 2023 yılı hedefine yönelik hazırlanan turizm stratejisinde, turizm endüstrisinin güçlendirilmesine yönelik stratejiler ve hedeflerin açıklandığı 16 alan başlığı şunlardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007):

1. Planlama
2. Yatırım
3. Örgütlenme
4. İç Turizm
5. Araştırma ve Geliştirme
6. Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi
7. Tanıtım ve Pazarlama
8. Eğitim
9. Hizmet Kalitesi
10. Kentsel Ölçekte Markalaşma
11. Turizmin Çeşitlendirilmesi
12. Mevcut Turizm Alanlarının Rehabilitasyonu
13. Turizm Gelişim Bölgeleri
14. Turizm Gelişim Koridorları
15. Turizm Kentleri
16. Eko-turizm Bölgeleri

Sahip olduğu, personel, mali, teknik, hukuki ve teşkilatlanma avantajlarından dolayı Türkiye'nin en önemli destinasyon yönetim örgütünün Kùltür ve Turizm Bakanlığı olduğunu savunan Polat ve Aktaş Polat'a (2012: 60) göre, Türkiye'de turizm ile ilgili tüm politikaların düzenlenmesi ve yürütülmesi sürecinde, Kùltür ve Turizm Bakanlığı'nın rol aldığını ifade etmektedir.

Kamu sektörünün turizm politikaları; gelir ve refah oluşturma, iş olanakları sağlama, bölge imajını iyileştirmek ve sürdürmek, bölgenin çevresini ve yaşam kalitesini iyileştirmek ve sürdürmek, milletler arasındaki bağları iyileştirmek ve sürdürmek, ödemeler dengesine katkıda bulunmak gibi hedefleri kapsamaktadır (Hartley ve Hooper, 1993; aktaran Howie, 2003: 182). Demirkol ve Oktay'a (2004: 95) göre, kamu yönetiminin turizmde üstlenmesi gereken görev ve yetkileri şunlardır:

- Arz verilerinin tam bir dökümünü yapmak ve korumak,
- Taleple ilgili çalışmaları yürütmek, verileri toplamak,
- Turizm politikasını çizmek,
- Turizm pazarlamasını yürütmek,
- Turizm eğitim ve öğretim faaliyetlerine katkıda bulunmak,
- Turizme yönelik özendirici önlemler almak,
- Altyapı ve finansman hizmetlerini yürütmek,
- Turizm altyapısını gerçekteştirmek,
- Gereğinde öncülük ve özendirme için özel teşebbüsün yatırım yapmadığı yörelerde üstyapı yatırımlarını gerçekteştirmek,
- Fiyat politikasını belirlemek,
- Kontrol görevini yürütmek.

Holloway (1987: 222) devletin turizm tesislerinin ve çekiciliklerinin oluşturulmasının planlanma sürecinde koordinasyon rolünü üstlenmesi gerektiğini, ayrıca bir ekonomide turizmin kontrolsüz gelişmesinin birkaç büyük şirketin pazara egemen olmasına neden olacağı için devletin bu tür monopol piyasaların oluşmaması için de mutlaka turizmde rol alması gerektiğini ifade etmektedir.

Page'e (2009: 145) göre kamu sektörünün, destinasyonlardaki turizm altyapısının gelişiminde doğrudan rolü bulunmaktadır. Bu rol de genellikle, hem yerel toplum hem

de turistler için gerekli olan yeterli ve uygun su, kanalizasyon, yol ve diğer olanakları temin etme sorumluluğunda olan yerel yönetimler tarafından yerine getirilir.

Turizmi bir "yumuşak güç" olarak nitelendiren Akbaş ve Tuna'ya (2012: 14) göre, uluslararası ilişkilerde İkinci Dünya Savaşı sürecinde sıklıkla başvurulan sert güç unsurları etkisini kaybetmiştir. Bu nedenle günümüzde, devletler sert güç unsurları yerine yumuşak güç unsurlarına yönelmektedirler. Bu bağlamda, ülkeler arasında yürütülecek turistik faaliyetler, eğitim ve turizm amaçlı ortak projelerin üretilmesi ve yürütülmesi ile ülkenin tanıtımını sağlayacak turistik ve diğer faaliyetler yumuşak güç unsurları olarak görülebilir.

Goeldner ve Ritchie'ye (2009: 113) göre ülkeler, eyaletler ve iller kendi turizm tanıtım ve geliştirme örgütlerine sahiplerdir. Bu örgütler, hem turizmi öne çıkarmak hem de diğer taraflarla koordinasyon rolünü yerine getirmektedirler. Hükümetler, turizmde geliştirme rolünün yanı sıra düzenleyici, veri toplama, istatistik araştırmaları yapma hatta havayolları, ulusal parklar ve oteller gibi turizm işletmelerini çalıştırma rollerini de yerine getirebilirler.

Bhatia (2002: 107) turizmin gelişmişlik düzeyine göre, turizm örgütlenmesinde, kamu yönetiminin ağırlığının değişeceğini ifade etmekte ve ayrıca turizmin henüz tam olarak gelişmediği ya da gelişmeye yeni başladığı ülkelerde, turizm endüstrisinin merkezi yönetim kontrolünde olmasının daha iyi sonuçlar alınmasını sağlayacağını belirtmektedir. Diğer taraftan, turizm endüstrisinin çok iyi düzeyde gelişmiş olduğu ülkelerde ise, esnek ve merkezi olmayan bir örgütlenmeye gidilmesi daha yaygındır.

Olalı ve Korzay (1993: 12-13) turizm kamu teşekkülünü; "turizmle ilgili her türlü kamu, yarı kamu ve özel kuruluşun turizm amaçlarına hizmet eden çalışmalarını koordine eden örgüttür." şeklinde ifade ettikten sonra bir turizm kamu teşekkülünün üstlenmesi gereken rolleri şöyle sıralamaktadır:

1. Ülkenin turizm politikasını yürütmek.
2. Turizm alanında teknik çalışmalar yapmak. Örneğin; turizm arzı yönünden envanter ve analiz, turizm talebi yönünden turizm pazarlama çalışmalarında bulunmak.
3. Turizm ile ilgili mali tedbirleri almak. Örneğin; turizm fiyat ve vergi politikasını saptamak.

4. Turizm ile ilgili işletme faaliyetlerinde bulunmak. Örneğin; doğrudan doğruya turizm işletmeciliği yapmak, turizm finansmanına yardımcı olmak gibi.
5. Turizm alanında enformasyon ve koordinasyon hizmeti görmek.
6. Turizm işletmelerini kalite bakımından kontrol etmek.
7. Turizm eğitimi ve öğretimini örgütlemek.

Ulusal turizm örgütlerinin yapılanmasında her ne kadar resmi bir ilişki ya da bağlantı olmasa da özel sektör, il ve bölge yönetimleriyle ortak hareket etme amacıyla yarı kamusal bir yapılanma eğilimi artmaktadır (Lennon vd., 2006: 17). Bilimsel olarak destinasyon yönetiminin desteklenmesi; ziyaretçi etkisi, bioçeşitlilik ve destinasyonun yönetimi ile ilgili diğer unsurların izlenebilmesini olanaklı kılacak faydalı göstergelerin tanımlanması anlamına gelmektedir (Howie, 2003: 314).

Birçok ülkede hükümetlerin, turizmde rol üstlenmesi gerektiği önerilse de bu rollerin hükümetlerin hangi organları tarafından üstlenileceği konusunda turizm endüstrisinin yapısı ve ilgili ülkenin turizm politikaları belirleyici olmaktadır (Howie, 2003: 195). Pearce (1992: 200) Amerika Birleşik Devletleri, Hawaii, Almanya, İskoçya, Hollanda, İrlanda ve Yeni Zelanda olmak üzere altı farklı ülkedeki turist örgütlerini inceledikten sonra "Tek bir (turist) örgütlenme türünün ve örgütler arası bir ağın olmadığını; aksine her bir ülkenin kendi yerel, bölgesel ve ulusal koşullarına uygun bir sistemi geliştirmesi gerekmektedir." ifadesini kullanmaktadır (aktaran Pearce, 1997: 75).

3.2.2. Turizm ve Yerel Yönetimler

“*Âdem-i merkeziyetçi devletlerde*, kamusal yetkiler ve kaynaklar başkentte yani devletin merkezi organlarında değil, bilakis, yerel organlarda yoğunlaşmaktadır. Federal devletlerin, yapıları ve doğaları gereği hemen hepsi âdem-i merkezi bir örgütlenme gösterirken, üniter devletlerin daha çok merkeziyetçi bir yapı sergiledikleri bilinir. Bununla birlikte, İngiltere ve Japonya gibi üniter olup âdem-i merkezi tarzda yönetilen ülkeler de bulunmaktadır. Âdem-i merkeziyetçi devlet, kamusal hizmetlerin daha çok yerinden yönetim sistemiyle yürütüldüğü ve yerel yönetimlerin ülkenin güçlü yapı taşları olarak görüldüğü yönetim modelini ifade eder. Günümüzde ABD, İngiltere, Almanya, Japonya, İskandinav Ülkeleri, Benelux ülkeleri (Belçika, Hollanda, Lüksemburg), Hindistan, Kanada, Avustralya, Brezilya, Danimarka yerinden yönetim modelinin ilk akla gelen temsilcileridir (Parlak, 2011: 348).”

Birleşmiş Milletler himayesinde yerel yönetimlere yönelik çeşitli girişimlerde bulunulmuştur. 1992 Yeryüzü Zirvesi'nde ulusal ve yerel hükümetler için bir eylem planı olarak ortaya çıkan Gündem 21 bu girişimlerden biridir. Bu eylem planında bulunan faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde yerel yönetimler ve diğer yerel unsurlar önemli bir rol üstlenmektedir (Howie, 2003: 6). Kamu sektörünün, 1990'lı yılların başından itibaren turizmde, ulusal ve merkezi hükümet düzeyinde üstlendiği sorumluluklar ve faaliyetlere ilişkin geleneksel rollerini, yerel yönetimler ve özel sektörün lehine bırakma eğilimi görülmektedir (Lennon vd., 2006: 5).

Ünal (1992: 6) belediyelerin turizme kayıtsız kalmamaları gerektiğini vurgulayarak bütün yıl boyunca bir yerin, turizmden ekonomik yarar sağlayabileceğini belirterek şu önerilerde bulunmuştur:

- Düzenleyecekleri yeşil alanlar yoluyla doğayı kentsel alanların içine almak suretiyle kent ekolojisini geliştirmek,
- Turistlerin alışkın olduğu çevredeki yapıları taklit etme yerine, yöresel yapı ve mimari özellikleri ön plana çıkarmak,
- Kültürel eserleri restore etmek suretiyle, kendi kültürel kimliklerini çekicilik unsuru olarak kullanmak,
- Hafta sonu ve tatillerde "kentlerden kaçış" ve "boş kent imajı" sorununa karşı, ileri teknolojiler ile estetik değerleri bütünleştirip, insanların serbest zaman faaliyetlerine uygun bir ortam yaratmak suretiyle kentsel turizm faaliyetlerine ağırlık vermek,
- Kent yakın çevresinde ise; su kenarları, plajlar, eğlence olanaklarının yoğunlaştığı tesisler, motel, kamping, çocuk ve gençlik kampları, sağlık ve tedavi tesisleri, yürüyüş ve spor alanları, küçük tarımsal üretim yapılan kişisel rekreasyon alanları yaparak, içinde araç-gereç konulabilen kulüpleri olan ve tarımsal üretim yapılan kişisel rekreasyon alanları yaparak, hem de tek fonksiyonlu ve sezonluk turizmin dezavantajlarını ortadan kaldırmak.

Kriz dönemlerinde yerel hükümet organları gazeteciler kadar hızlı hareket edememektedir. İnsanların güzel haberlerden ziyade olumsuz haberlerle daha fazla ilgilendiği gerçeğini bilen gazeteciler de bu durumdan yararlanmak için bazı olumsuz olayları abartabilmektedir (Cavlek, 2006: 344). Bu nedenle yerel yönetimlerin,

ziyaretçiler ve turizm endüstrisi ile koordinasyon içerisinde bulunması, gerek turizm destinasyonunun gelişimine gerekse turizm destinasyonunun ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı yapacaktır (Polat ve Demirkol, 2010: 59).

Pearce (2011: 60) yerel düzeyde turizm gelişimini canlandırmak için yerel yönetimler tarafından; elektrik, su, gaz ve hayatı kolaylaştıran diğer kolaylıklar ve tesisler gibi kamu hizmetlerine yatırım yapılmasının yanı sıra bilgilendirici, tanıtıcı ve koordinasyon işlevlerinin de kullanılabileceğini ifade etmektedir. Ünal (1992: 6) fiziksel planları hazırlama ve onama yetkileri nedeniyle mahalli idarelerin turizmde büyük sorumluluk sahibi olduklarını belirtmektedir.

Tortop'un (1988) yasal mevzuat çerçevesinde analizini yaptığı çalışmasında, turizmde belediyelerin yapabileceği faaliyetleri; turizm örgütleriyle koordinasyon içerisinde olunması, destinasyonun temizliği ve düzeninin sağlanması, imar planlarının denetimi, turistler için danışma bürolarının kurulması ve tanıtım faaliyetleri olarak sıralamaktadır.

Toprak (1990) kıyı yerleşimlerindeki turizm faaliyetleri nedeniyle belediyelerin karşılaştıkları sorunları Çeşme Belediyesi kapsamında araştırmış ve belediyelerin; tarım alanlarının korunması, arsa spekülasyonunun önlenmesi, su-kanalizasyon, ulaşım, çevre tahribatı, kent planlaması ve imar faaliyetleri konularında önemli bir yere sahip olduğu tespitini yapmıştır.

Yalçındağ (1994) alternatif turizmin yönetsel boyutu hakkındaki analizinde; yayla turizmi ve dağ turizmi başta olmak üzere, daha çok kırsal alanlarda gerçekleşen turizm türlerinin yönetiminin yerel yönetimler tarafından yapılması gerekliliğini vurgulamaktadır. Yalçındağ'a göre, kırsal alanlarda yürütülecek hizmetler ve hizmetlerin yürütülmesi sırasında yaşanacak sorunlara, yerel yönetimler hızlı ve etkin bir şekilde çözüm bulacaktır.

Dredge vd. (2006: 14) bir destinasyonda, turizmin gelişimi ve yönetimi bağlamında yerel yönetimlerin üstlenebileceği önemli rol ve sorumluluklarının olduğunu ifade ederek bu rol ve sorumlulukları şöyle özetlemektedir:

- Altyapıyı sağlama ve sürdürme
- Arazi kullanımının planlanması
- Çevre yönetimi

- Kamu sağlığı ve emniyeti yönetimi
- Yerel ekonomik gelişim
- Açık alan sağlama ve sürdürme
- Eğitim, staj ve istihdam
- Turizm tanıtım ve pazarlaması
- Sanatsal ve kültürel gelişim
- Toplum gelişimi
- İnsani hizmetler

Kılıç (2002) belediyelerin, bir bölge veya yöredeki turizm faaliyetleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi üzerine yaptığı araştırmasında, turizm ile ilgili faaliyetleri; kültürel, tanıtım, çevre ve denetim olmak üzere dört boyutta değerlendirmiştir. Yöre halkı ve turizm işletmesi yöneticilerinin görüşlerinin saptanmasının amaçlandığı araştırma sonuçlarına göre; belediyenin tanıtım faaliyetleri konusunda turizm işletmesi yöneticileri yöre halkına oranla, denetim faaliyetleri konusunda ise yöre halkı, turizm işletmesi yöneticilerine oranla daha olumsuz görüş belirtmişlerdir. Kültürel ve çevre faaliyetleri konularında ise görüşler benzer çıkmıştır.

Richins'in (2000) turizmde karar verme sürecinde yerel yönetimlerin etkisini analiz ettiği araştırmasında, bir yerel yönetim biriminin; bilgi sağlama, planlama, kontrol, gelişme, toprak kullanımı, altyapı ve finansal destek konularında bir destinasyonun karar mekanizması içerisinde en önemli yere sahip olduğunu belirtmiştir.

Yerel Yönetimler Araştırma Grubu Raporu'nda, turizmde yerel yönetimlerin üstlenebileceği roller şu şekilde belirtilmektedir (KAYA, 1992: 225):

Ülkemizde turizmle ilgili tüm hizmetlerin düzenlenmesi ve yönlendirilmesi merkezi yönetimin yetki ve sorumluluğuna bırakılmıştır. Yasalarla açıkça yerel yönetimlerin sorumluluğuna bırakılan turizm görevi hemen hemen hiç yoktur ya da Belediye Kanununda olduğu gibi, dolaylı görevler bulunmaktadır. Buna karşılık belediyeler ve il özel idareleri çevre koşulları ve mali olanakları oranında turizmle ilgili otel, motel, kaplıca gibi yatırımlara girmişlerdir. Yerel yönetimlerin kendi hizmet alanlarında (il, belde, ilçe ve köyde) kendi olanak ve güçleri içinde yapabileceği ya da bir üst kuruluşa katkıda bulunabileceği turizm görevlerini şöylece özetleyebiliriz:

- Yörenin turizme elverişli değerlerini ve doğal kaynaklarını yöre ekonomisine olumlu katkılar sağlayacak ve halkın sağlıklı dinlenme gereksinmesini karşılayacak şekilde korumak, değerlendirmek, turizmin geliştirilmesi, pazarlanması, özendirilmesi ve desteklenmesi için önlemler almak; turizmle ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile işbirliği yapmak,

- Her türlü özendirme araçlarından yararlanarak yerel turizmi olanak ve gücünü daha verimli kullanmak, yerli ve yabancı yatırımcıları yöreye çekmek ve yönlendirmek, yöreye ilişkin projeleri değerlendirmek, yatırımları ve işletmeleri belgelendirmek, turizm yatırımlarına arazi ayrılması ve uygulanmasına ilişkin önlemleri almak,
- Turizm işletmelerine ait fiyat tarifelerinin düzenlenmesi ve onaylanmasına ilişkin işlemleri yapmak,
- Turizmin gelişmesi için gerekli taşınmazları sağlamak ve kamulaştırma işlerini yürütmek,
- Yörenin tarihi ve turistik varlıklarını tanıtıcı belgeleri hazırlamak,
- Yörenin turizm kaynaklarını araştırmak, değerlendirmek, turizm bölge alan ve merkezlerinin saptanması ile ilgili çalışmalara katılmak, yöre turizminin gelişmesiyle ilgili incelemeler yapmak, planlarını hazırlamak, hazırlatmak, yetkisi içinde olanları onaylamak, değiştirmek, uygulama programlarını ve önerilerini hazırlamak, bu amaçlar için Turizm Bakanlığı'nca yapılan ya da yaptırılan çalışmalara katılmak,
- Bakanlığın üst düzeydeki gözetim ve denetimi saklı kalmak üzere onunla işbirliği halinde yöredeki turistik kuruluşları imar düzeni, inşaat ruhsatı, projeye uygunluk, sağlık ve çevre düzeni gibi konularda denetlemektir.

Selvi ve Şahin'in (2012) Batı Karadeniz Bölgesi'nde bulunan Amasra, Akçakoca, Seben ve Safranbolu ilçelerinin yerel yönetim temsilcilerinin sürdürülebilir turizme bakış açılarına yönelik yaptıkları çalışmada ise şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Yerel yönetimler kıt kaynaklara rağmen alt-yapı çalışmalarına devam etmektedirler. Koruma-kullanma dengesini gözetken çevreci yeni imar planları hazırlanmıştır. Temizlik, çöp ve geri dönüşüm sorunları önemli ölçüde çözülmüştür. Organik tarımsal ürünlerin yetiştirilmesi özendirilmekte, yerel mimari ve gelenekler yaşatılmaktadır. Buna karşın yatak sayısı az ve nitelikli işgücü sorunu vardır. Tanıtım ve pazarlama sorunu vardır. Yerel toplumun sürekli eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Esnaflar ve yiyecek-içecek işletmeleri arasında fiyat-hizmet kalitesi dengesizliği vardır. STK'lar turizmde pek etkili değildir.

Yüksel vd. (2012) sürdürülebilir turizm kapsamında, Türkiye'nin ulusal turizm stratejisinde belirlenen öncelikler ile 2001 ve 2009 yılları arasında Kültür ve Turizm Bakanı olarak görev yapan beş bakanın önceliklerini yansıtan söylemlerini karşılaştıran bir araştırma yapmıştır. Bu araştırmaya göre, bakanların ifadeleri daha çok ekonomik ve büyüme odaklı olup bakanların öncelikleri ile ulusal turizm stratejisinde belirlenen öncelikler ve hedefler arasında uyumsuzluklar bulunmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre beş bakan tarafından en sık tekrarlanan ifadeler; turizm geliri, turist sayısı, vergi, yatırım, turizmi çeşitlendirme, pazarlama ve tutundurma olarak öne çıkmaktadır.

Wan (2013) Çin'in iki özel bölgesi olan Hong Kong ve Macao bölgelerinin turizm planlarını yönetim bakış açısıyla karşılaştırmıştır. Her iki bölge de birer *baş yönetici* tarafından yönetilmekte ve turizmle ilgili her politika bu yöneticinin atadığı bir konsey tarafından karara bağlanmaktadır. Macao'da bu idari yapılanma kendini çok daha katı

bir şekilde göstermekte ve toplumun turizmle ilgili karar alma sürecinde yer almasını engellemektedir. Hong Kong açısından sorun; katılım ve eylem arasında bir dengenin gerçekleştirilememesinin yanı sıra planlama ve eyleme geçme sürecinde gücün merkezi yönetim ve yerinden yönetim arasındaki optimal paylaşımı olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte Macao'nun yönetim anlayışı Hong Kong'un yönetim anlayışından daha merkezi bir yapıya sahiptir.

Breda vd. (2006) tarafından Portekiz'in Caramulo bölgesine yönelik yapılan araştırmada, kamu yönetiminin turizm ürünlerinin oluşturulmasına doğrudan katılımının düşük düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Kamu yönetiminin rolü daha çok altyapı ve araç-gereç temini, doğal ve tarihi cazibe unsurlarının korunması ve iyileştirilmesi, eğlence ve dinlenme yatırımları için özel sektörü harekete geçirici ve kolaylaştırıcı teşvikler sunmak, etkinlikler düzenlemek, tutundurma faaliyetleri gerçekleştirmek, arz ve talep ile ilgili göstergelerin sağlandığı bir rezervasyon merkezi kurmaktır. Ayrıca kamu sektörü, tüm bu faaliyetlerin uygulanma sürecini gözlemleyecek bir koordinasyon kuruluşu kurmakla da sorumludur.

Kamu yönetiminin turizmde üstlenebileceği rolleri; gelişimi kontrol etmek için bir bölgenin seçimi, hassas alanlara turistlerin girişinin sınırlandırılması, daha sürdürülebilir bir turizmi teşvik etmek için mesleki ahlak kurallarının dağıtımı, işletmelerin kıt kaynakları tasarruf etmesi ve kirliliği azaltmak için enerji kullanımının ve atık işlemlerinin vergilendirilmesi, turistik alanlardaki trafik sıkışıklığını ve kirliliğini azaltmak için kamusal trafik yönetim altyapısının sağlanması şeklinde sıralamak mümkündür (Bramwell, 2004: 406).

Polat'ın (2011: 212-213) destinasyon yönetiminde, yerel yönetimlerin rolüne yönelik İstanbul kapsamında yaptığı araştırma neticesinde, İstanbul'daki yerel yönetimlerin turizme karşı yabancı oldukları gözlenmiş ve bu yabancılığın nedenleri olarak şu tespitler yapılmıştır:

- Yerel yönetimlerin görev alanı içerisinde turizmin sadece yasal düzenlemelerde yer alması, yönetim kademesinde ise kabul görmemesidir. Bir konu üst yönetim tarafından bilinmiyor, anlaşılmıyor veya kabul edilmiyorsa bu konuda yapılacak uygulamalar her zaman engellerle karşılaşacaktır. Her ne kadar yerel

yöneticilerin söylemlerinde turizm, sıklıkla kullanılan bir kavram olsa da turizmin bir söylemden öteye geçmediği düşünülmektedir.

- İkinci neden, birinci nedenle bağlantılı olarak yerel yönetimlerin bir turizm biriminin olmamasıdır. Yerel yönetimlerin yönetim kademesinin, turizme bakış açısı turizm ile ilgili faaliyetlerine de yansımaktadır.
- Üçüncü neden olarak eğitilmiş personel istihdamı gelmektedir. Yerel yönetimlerin turizm konusunda eğitilmiş kişilere istihdam olanağı vermesi, bölgenin oluşturulacak turizm politikalarının uygulanabilirliği açısından önemlidir.
- Dördüncü neden, turizm ile ilgili kamu sektörü, özel sektör, STK, mesleki örgüt, yerel toplum ve turistler arasında koordinasyon eksikliği bulunmaktadır.
- Beşinci neden, dördüncü nedende bahsedilen bir turizm destinasyonunun paydaşları arasındaki koordinasyon eksikliğinin nedeni olan Türkiye'nin idare (yönetim) anlayışıdır. Türkiye, idari yapı ve idari anlayış bakımından Weberyen yaklaşımı olarak da bilinen bürokrasi yaklaşımını benimsemiş durumdadır. Dolayısıyla, bu kadar çok paydaşın birbiriyle etkin bir koordinasyon kurması idari yapı ve anlayıştan dolayı çok zordur.
- Altıncı neden olarak, yerel yönetimlerin turizm ile kültür kavramlarını birbirine karıştırmaları belirtilebilir. Bu tespitin nedeni, yerel yönetimlerin turizm ile ilişkilendirilebilecek bazı faaliyetlerin “Kültür ve Sosyal İşler” başlığı altında gerçekleştiriliyor olması ve yerel yönetimlerde kültür olgusunun turizm olgusunun önüne geçmesidir. Bu sorun, günümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı için de geçerlidir.
- Yedinci bir neden ise turizmin, yerel yönetimler yerine merkezi yönetimin görev alanı içerisinde görülmesi anlayışıdır. Yerel yönetimler, bölge halkının ihtiyaçlarını karşılamak için çalışır anlayışı ki Anayasamızda da yerel yönetimler böyle ifade edilmektedir, yaygın bir şekilde kabul görmektedir.

Yüksel vd. (2005) tarafından yapılan ve turizm yönetimini, merkezi ve yerinden yönetim açılarından inceleyen araştırma; Türkiye'nin kıyı tatil yerlerinden olan Belek üzerinden yapılmış ve araştırmaya merkezi yönetim, yerel yönetim, özel sektörü temsil eden bir birlik ile bir sivil toplum kuruluşu dâhil edilmiştir. Araştırmada otorite, güç, hesap verilebilirlik, meşruluk ve etkinlik gibi konularda duyulan endişeleri içeren bir

çerçevede, Belek'te turizm ile ilgili yönetim unsurlarının yerinden yönetim yaklaşımıyla yönetilip yönetilemeyeceği değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, Belek'teki turizm politikalarının büyük bölümünün özellikle bakanlık düzeyinde olmak üzere merkezi yönetim tarafından oluşturulduğu, yerel yönetimlerin otorite sahibi oldukları bazı alanlar olsa da güç, finansal ve insan kaynakları açısından eksiklikleri olduğu şeklinde bir değerlendirme yapılmaktadır. Bununla birlikte, Belek'te turizmin hızlı bir şekilde gelişmesinde BETUYAB'a (Belek Turizm Yatırımcıları Ortak Girişimi) idari birimler tarafından devredilen otorite ve güç boyutlarının önemli rolü bulunmaktadır. Bu birlik, büyük ticari yatırımcıları bir araya getirmekle kalmayıp onların faaliyetlerini koordine etti, kısmen altyapı yatırımları için fon sağladı, Belek'in başlangıç ve sonraki gelişim süreçlerinde planlama ve yönetim aşamalarına katkı sağladı.

Semerciöz vd. (2008) tarafından Akdeniz, Ege ve Marmara Bölgeleri'nde destinasyon yönetim organizasyonu ile paydaşlar arasındaki ilişkiye yönelik gerçekleştirilen araştırmada, destinasyonda bulunan paydaşlar arasındaki koordinasyona vurgu yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; belediyeler, valilikler ve merkezi yönetimin taşra teşkilatı en önemli üç destinasyon paydaşı olarak belirtilmektedir.

Angella vd. (2010) yaptıkları araştırma sonucunda destinasyonun yönetilmesinde; aktörlerin katılımının sağlanması, katkı ve yardımların sağlanması, kurumsal yönetişimin sağlanması ve denge ödemelerinin sağlanması şeklinde dört boyutlu bir model önermişlerdir. Bu model sayesinde, destinasyonda bulunan paydaşlar ve bu paydaşların görev ve yetki alanları belirlenmektedir.

Bilgen'in (2009) turizmin yönetimi kapsamında yaptığı çalışmada, turizm yönetiminin analizinde üç aktörün dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir. Bu aktörler; devlet örgütlenmesi, hükümet dışı kuruluşlar ve özel sektördür. Bu çalışmada, turizmin bir kamu hizmet alanı olarak görülmesi gerekliliği üzerinde durulmakta ve İngiltere ve Fransa örnekleriyle karşılaştırmalar yapılmaktadır.

Yüksel ve Yüksel'in (2000) turizm planlarının hazırlanması ve uygulanmasında organizasyonlar arası ilişkileri inceleyen çalışmasına göre, turizm alanında hiçbir organizasyon tek başına hareket ederek hedeflerini gerçekleştiremez. Bu nedenle organizasyonlar arasında bir işbirliği ve koordinasyon zorunluluğunun olduğuna dikkat

çekilmektedir. Bu kapsamda, turizmin mikro ve makro çevreleriyle birlikte organizasyonlar arasındaki ilişkileri gösteren bir model geliştirilmiştir.

Bornhorst vd. (2010) ise, başarılı bir destinasyon yönetimine yönelik yaptıkları araştırma sonucunda, bir destinasyon yönetim örgütünün iki önemli rolü olduğunu belirtmişlerdir. Bunlardan birincisi, destinasyonda ikamet eden yerel halkın refahının artırılması için çalışmaktır. İkinci ise, destinasyonu ziyaret edenlerin ziyaretleri sürecinde yaşayacakları her deneyimde maksimum tatmin düzeyinin sağlanması için her şeyin yapılmasıdır.

Yavuz ve Karabağ (2009) Türkiye'nin dünya turizm pazarındaki konumunun iyileştirilmesi ve kaynakların daha etkin kullanılması amacıyla bir model önerisinde bulunmuşlardır. Bu modele göre, Türkiye'nin turizm potansiyelinden etkin bir şekilde yararlanabilmesi için dört basamaklı bir model geliştirilmiştir. Bu basamaklar en alt düzeyden en üste doğru aşağıdaki şekilde sıralanmakta ve bu örgütlerden en önemlisi ikinci sırada bulunan destinasyon yönetim örgütü olarak belirtilmektedir;

1. Yerel Destinasyon Yönetim Örgütü
2. Destinasyon Yönetim Örgütü
3. Bölgesel Turizm Koordinasyonu Örgütü
4. Ulusal Turizm Örgütü

Özdemir (2007) destinasyon yönetimi ve pazarlaması üzerine yaptığı çalışmasında, destinasyon yönetim örgütlerinin öncelikli görevlerinin destinasyon pazarlaması olduğunu ifade etmektedir.

Pike'in (2002: 542) destinasyon imajına yönelik, 1973-2000 yılları arasında ilgili yazında bulunan 142 makaleye yönelik araştırmasında çok sayıda ilgi alanında çalışma olduğunu ortaya koymuştur. Bu alanlar; ziyaretlerin etkisi (15), pazar bölümlendirme (12), gruplar arası imaj farklılıkları (8), etkilemek (6), destinasyona olan uzaklığın etkisi (6), araçlar (6), uyarılmış imaj (5), satın alma davranışını tekrarlama düzeyi (5), kültür (4), geçici imaj değişikliği (3), olumsuz imaj (3), destinasyona aşinalığın etkisi (3), az gelişmiş destinasyonlar (3), kalış süresi (3), olay etkisi (2), ölçek geçerliliği (2), değer (2), imaj oluşturma (2) ve birer çalışma da birincil imaj, kırsal turizm, hava, seyahat eden kimsenin güveni, karar verme dürtüsü, seyahatin kapsamı, konumlandırmadaki engeller, kişisel tatil fotoğrafları, motivasyon, deneyim, klişeler, seyahat edenlerin

bütçesi, ziyaret etme niyeti ve destinasyon pazarlama örgütü (Destination Marketing Organization-DMO) politikası.

Yoon'un (2002) Amerika Birleşik Devletleri'nin Virjinya eyaletinde, turizm paydaşları perspektifinde turizm destinasyonlarının rekabetçiliğine yönelik yaptığı araştırmasında, turizm gelişiminin uzun dönemde sürdürülebilirliğinin sağlanması ve operasyonların başarılı bir şekilde yerine getirilmesinde paydaşların çok önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Timur ve Getz (2008) Calgary (Alberta, Kanada), Victoria (British Columbia, Kanada) ve San Francisco (California, ABD) kentlerinin devlet, toplum, özel sektör ve turizm destinasyonunun gelişiminde önemli olan diğer paydaşlar arasındaki ilişkileri incelemiştir. Turizm destinasyonunun gelişiminin merkezinde her üç kentte de yerel destinasyon yönetim örgütleri en önemli paydaş olarak yer almaktadır. Bu nedenle, yerel destinasyon yönetim örgütleri ne kadar çok merkeze alınırsa sadece yönetim açısından değil planlama, yatırımcılar, geliştiriciler, yerel toplum, yerel örgütler ve turizm endüstrisi için sürdürülebilir bir turizm destinasyonunun gelişimi sağlanabilir.

Hall (2011) *yönetişim tipolojisi ve turizm politikalarının analizinde kullanılan uygulamaları* adlı araştırmasında hiyerarşik, pazar, şebeke (ağ) ve topluluk olmak üzere yönetişimi dört farklı kategoride sınıflandırmıştır. Hiyerarşik ve şebeke yönetişim kategorileri, kamu aktörleri olarak görülürken, pazar ve topluluk yönetişim kategorileri ise özel aktörler olarak kabul edilmektedir.

Jamal ve Watt'ın (2011) Kanada'nın Canmore alanı üzerine gerçekleştirdikleri, toplum tabanlı destinasyon yönetişimine yönelik kavramsal ve pratik görüşlerinin yer aldığı araştırmalarında şu önemli soru sorulmaktadır; iklim değişikliğinin yönetimi ve sürdürülebilir destinasyon yönetişiminde, işbirliğine dayanan öğrenme ve vatandaş (ikamet edenler, ikamet eden turistler, turistler, yerel alandaki diğer paydaşlar) katılımının kolaylaştırılmasında, turizm endüstrisinin ve destinasyon yöneticilerinin (özel sektör, kamu sektörü, destinasyon pazarlama örgütü, destinasyon yönetim örgütü) pedagojik sorumlulukları nelerdir? Araştırmacılar bu soruyu şöyle yanıtlamaktadır: Turizm paydaşları, uyarlanabilir planlama sürecinde güçlü bir eğitsel rol üstlenebilirler. Örneğin, 'Bu destinasyonda nasıl hareket edilmeli?' sorusunun yanıtı, turistler ve ikamet edenlere, işaretler ya da diğer medya araçları aracılığıyla, iklim değişikliğine neden olan

etkilerin, basit yöntemlerle nasıl azaltılacağı öğretiler. Destinasyon yöneticilerinden başka destinasyonda yaşayan insanlar da çevresel ve iklim değişikliğinin etkilerinin yönetimi konusunda istekli olmalı ve bu doğrultuda yürütölen politikaları ve faaliyetleri takip etmelidir. Sivil toplum kuruluşları da yerel destinasyon yöneticilerini destekleyerek bu konuda önemli rol oynayabilir.

Mitchell vd. (1997) tarafından destinasyon yönetişimi için geliştirilen paydaş tipolojisine göre yazarlar paydaşları; güç, meşruluk ve zorunluluk-aciliyet kategorileri altında sınıflandırmıştır. Buna göre; etkin olmayan paydaşlar, baskın paydaşlar, tehlikeli paydaşlar, kesin paydaşlar, bağımlı paydaşlar, talep eden paydaşlar ve isteğe bağlı paydaşlar olmak üzere yedi paydaş türü bulunmaktadır. Kesin paydaşlar güç, meşruluk ve zorunluluk kategorilerinin her üçünde de yer almaktadır. Baskın paydaşlar, güç ve meşruluk kategorileri altında yer alırken, tehlikeli paydaşlar güç ve zorunluluk kategorilerinde yer almaktadır. Bağımlı paydaşlar, meşruluk ve zorunluluk; etkin olmayan paydaşlar güç; isteğe bağlı paydaşlar meşruluk, talep eden paydaşlar zorunluluk kategorileri altında yer almaktadır (aktaran Boksberger vd., 2011: 154).

Beritelli vd. (2007) tarafından yapılan bir çalışmada, turizm destinasyonunun toplum tabanlı ve işletme tabanlı yönetim modelleri karşılaştırılmaktadır. Her iki model; işlem maliyetleri, güç paylaşımı, bağımlılık, güven-kontrol, bilgi ve kişiler arası gayri resmi bağlantılar olmak üzere destinasyon yönetiminin altı operasyonel boyutu bakımından karşılaştırılmaktadır. Başarılı bir destinasyon yönetimi için belirtilen altı boyutun destinasyon paydaşları tarafından koordinasyon içerisinde yürütölmelerinin önemi vurgulanmaktadır.

Yavuz ve Karabağ'ın (2009) çalışmasında turizm destinasyonları; öлке, bölge, il ve yöre olarak sınıflandırıldıktan sonra destinasyon tanıtım ve pazarlanmasına odaklanılmaktadır. Çalışmada destinasyon yönetim örgütünde kamu-özel sektör işbirliği-ortaklığının %50-%50'lik bir payla yapılandırılması önerilmektedir.

Yeni Zelanda'nın önemli turizm resortlarından biri olan Rotorua bölgesi için yeni bir bölgesel turizm örgütü kurmakla görevlendirilen ve destinasyon pazarlaması alanında yazına birçok çalışmasıyla katkıda bulunan Steven Pike'e göre; pazarlama ve politika birbirinden ayrı düşünölemeyecek kavramlardır. Avustralya ve Yeni Zelanda'da 17 yıllık bir turizm uygulayıcısı olmasının yanı sıra Kuzey Amerika, Pasifik, Asya ve

Avrupa'da çeşitli destinasyonların tutundurma çalışmalarında da yer alan Pike, bu tecrübelerine dayanarak, turizm endüstrisinin taraflarına ve öğrencilere "söylemenin yapmaktan daha kolay" olduğu gerçeğini tereddütsüz bir şekilde kabul etmeleri gerektiğini ifade etmektedir (Pike, 2004: 15-18).

De Carlo vd. (2008) tarafından, Turin'in bir turist destinasyonu olarak performansı, stratejik harita modeli ile incelenmiştir. Bir turist destinasyonunda, önde gelen paydaşların entegrasyonuna ve işbirliğine imkân vermesi açısından Destinasyon Yönetim Örgütü'nün öneminin vurgulandığı araştırmada, 2006 Kış Olimpiyatları çerçevesinde kurulan Turin Kongre Bürosu'nun finansal, müşteri, iç süreç ile öğrenme ve büyüme boyutları stratejik yönetim harita modeli aracılığıyla değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, Turin Kongre Bürosu gibi bir örgüt aracılığıyla, turist destinasyonunda bulunan belediye gibi kamu yönetimi birimleri ve özel sektörün yanı sıra diğer paydaşların ortak amaçlar doğrultusunda hareket edebileceği tespiti yapılmakla birlikte, her turist destinasyonu için bu durumun genellenemeyeceği de araştırma sonucunda vurgulanmaktadır.

Dwyer ve Kim (2003) tarafından gerçekleştirilen destinasyon rekabetçiliğinin göstergeleri konulu çalışmada; doğal kaynaklar, kültürel miras, yapay kaynaklar, destekleyici kaynaklar, hükümet ve turizm endüstrisinin rol aldığı destinasyon yönetimi, durumsal koşullar, talep, destinasyon rekabetçilik göstergeleri ile sosyoekonomik refah göstergesi olarak yaşam kalitesine ilişkin göstergelerin destinasyon rekabetçiliğinin temel unsurları olarak belirtilmektedir. Bu bağlamda, Ulusal Turizm Örgütü'nün destinasyon yönetimi kapsamında; kamu ve özel sektör temsilcileri arasında koordinasyon görevini yerine getirmesi; turizmin gelişimi sürecinde tüm paydaşların görüşlerinin dikkate alınması; turizm politikası, turizm planlaması ve turizm gelişimi sürecinde özel sektöre yol göstermesi; turizme ilişkin istatistik bilgisi sağlanması ile turizmin gelişim sürenin izlenmesi ve değerlendirilmesi rollerini üstlenmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

3.3.Türkiye'nin Kamu Yönetimi Yapısı

Anayasa'nın 123. maddesinde; kuruluş ve görevleriyle bir bütün ve kanunla düzenlenir şeklinde ifade edilen idarenin kuruluş ve görevleri, merkezden yönetim ve yerinden yönetim esaslarına dayanmaktadır (Resmi Gazete, 1982: 17863). "Sadece temsilciler

meclisinden oluşan Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Türkiye’de kamu politikalarının şekillendirilmesinde katkısı ve rolü noktasında, kamu politikalarının yazılı programları sayılabilecek yasaların çıkarılmasında tek yetkili olması yönüyle en önemli aktördür (Çevik ve Demirci, 2011: 44).” Güçlü merkezi yönetim esasına dayalı olan Türk kamu yönetiminin teşkilat yapısı, bu durumuyla Osmanlı İmparatorluğu dönemindeki yapıya benzemektedir (Gözübüyük, 2010: 7).

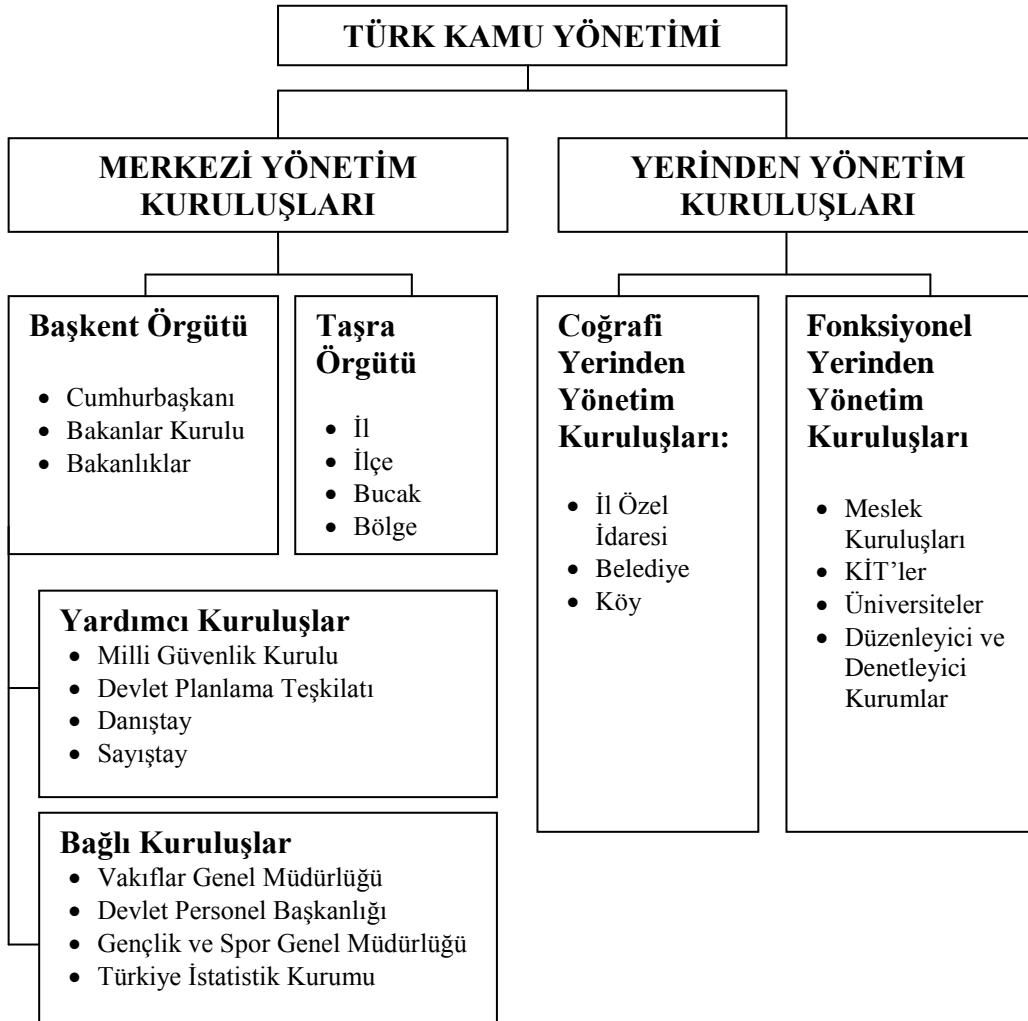
"Bugün için Türkiye’de kamu yönetiminin mevcut durumuna ilişkin olarak; kamu kurumlarının hantal yapıları, karar alma süreçlerindeki yavaşlığı, yetki ve sorumluluk dengesinin iyi dağıtılmamış olması, engelleyici bürokratik zihniyet, yönetim-siyaset dengesinin kurulmamış olması gibi nedenlerle, idarenin öncü olmak yerine toplumsal gelişmelerin ve değişimin önünü tıkadığı şeklinde eleştiriler dile getirilmektedir. Bu ve benzeri nedenlerin etkisiyle idarenin amaçlarında, görevlerinde, görevlerin bölüşümünde, örgüt yapısında, personel sisteminde, kaynaklarında ve bu kaynakların kullanılış biçiminde; mevzuatında ve halkla ilişkiler sisteminde mevcut aksaklıkları, bozuklukları ve eksiklikleri düzeltme amacı güden düzeltim faaliyetleri (bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de) kamu yönetimi disiplininin ve ülke yönetimlerinin gündem maddesini oluşturmaktadır (Ökmen ve Canan, 2009: 140)."

Tepe ve Ardiyok'a (2004: 105) göre, devletin iç organizasyonu ve dışa yönelik rollerinden kaynaklanan olumsuz durumlar nedeniyle, kamu yönetiminde reform tartışmaları yapılmaktadır. Reform tartışmaları, daha çok ekonomik açıdan devletin, iç-dış güvenlik, sağlık ile eğitim alanları dışında üretici rolü yerine denetleyici rolünü üstlenmesi üzerine yapılmaktadır. Akyel ve Köse'ye (2010: 42) göre ise, bu reform çalışmaları, Osmanlı döneminden günümüze kadar gelen ve Türk kamu yönetiminin temel omurgasını oluşturan merkezi yönetimin asıl ve genel yetkili, yerel yönetimlerin ise ikincil ve merkezi yönetimin belirlediği çerçeve içerisinde görev yapmasına dayanan paradigma nedeniyle uygulamaya geçirilememiştir.

Kamu örgütleri, fertlerin ve örgütlerin yetki ve görevlerinin verimli ilişkilere dönüştürülmesi amacıyla oluşturulmuş yapılardır (Ergun, 2003: 609). Türkiye’de kamu yönetiminin teşkilat yapısı aşağıdaki kuruluşlardan oluşmaktadır (Gözübüyük, 2010: 22):

- Genel Yönetim Kuruluşları: Merkezi idare ya da merkezi yönetim olarak da adlandırılan ve devletin esas yönetsel teşkilatı.
- Yerel Yönetim Kuruluşları (Mahalli İdareler): Merkezi yönetimin dışında özerk yapıya sahip olan İl Özel İdareleri, Belediyeler ve Köyler.

- Hizmet Yönetim Kuruluşları: Hizmet yönünden yerinden yönetim kuruluşları olarak da adlandırılan bu kuruluşlar, merkezi yönetim ve yerel yönetimlerin dışında kalan ve belli hizmet alanlarıyla ilgilenen çeşitli kamu kuruluşlarının özerk kurumlar şeklinde teşkilatlanması.
- Meslek Kuruluşları: Kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşları olarak da adlandırılan ve toplumda özel rolü olan meslek mensuplarının kanun emriyle zorunlu üye oldukları mesleki dernekler.
- Denetleme ve Danışma Kuruluşları: Danıştay, Sayıştay, Devlet Planlama Teşkilatı ve Milli Güvenlik Kurulu gibi aktif yönetimin dışında kalan danışma ve denetleme görevlerini yürüten kuruluşlar.
- Özel Hukuk Yapılı Kuruluşlar: Merkez Bankası gibi anonim ortaklığın olduğu ve özel hukuk alanında uygulanan teşkilat yapısına sahip kuruluşlar.



Şekil 25: Türkiye'nin Kamu Yönetimi Yapısı

Kaynak: Eryılmaz, 2008: 92

Şekil 25'te Türkiye'nin kamu yönetimi yapısı gösterilmektedir. Merkezi yönetim ve yerinden yönetim olmak üzere ikiye ayrılan Türk kamu yönetimi yapısında; başkent örgütü ve taşra örgütü merkezi yönetimi oluşturmaktadır. Bu yapı; Cumhurbaşkanı, Bakanlar Kurulu ve Bakanlıklar ile bunlara bağlı Milli Güvenlik Kurulu, Devlet Planlama Teşkilatı, Danıştay ve Sayıştay gibi yardımcı kuruluşlar ile bağlı kuruluşlardan meydana gelmektedir. Taşra örgütü ise; il, ilçe, bucak ve bölge kuruluşlarından oluşmaktadır. Türk kamu yönetimini oluşturan yerinden yönetim kuruluşları; coğrafi yerinden yönetim kuruluşları ile fonksiyonel yerinden yönetim kuruluşlarından meydana gelmektedir. Belediye, İl Özel İdaresi ve Köy coğrafi yerinden yönetim kuruluşlarını ifade ederken; Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşları, Üniversiteler, Düzenleyici ve Denetleyici Kurumlar, KİT'ler ve TRT gibi kurumlar fonksiyonel/hizmet yerinden yönetim kuruluşları olarak kabul edilmektedir.

Türkiye'de kamu hizmetlerinin görülme ve örgütlenme biçimleri farklılık gösterse de genel olarak idari hizmetler emanet yolu aracılığıyla kamu idareleri tarafından, diğer hizmetler ise kamu veya özel kuruluşlar tarafından doğrudan ya da ayrıcalık yöntemi ile yürütülmektedir. Kamu hizmetleri ile ilgili kuruluşlar, imtiyazlı şirketlerin yanı sıra Kamu İktisadi Teşekkülü, dernek veya vakıf şeklinde de örgütlenmiştir (Toprak Karaman, 1992: 3). Türk kamu yönetiminin temel özellikleri şöyle özetlenebilir (Eryılmaz, 2008: 93-95):

- Türkiye'de kamu yönetimi, üniter devlet sisteminin bir gereği olarak kuruluş ve görevleriyle bir bütündür.
- Kamu yönetimi sistemi, yargı denetimi bakımından idari yargı düzenine, uygulanan hukuk dalı yönünden idare hukukuna tabidir.
- Türkiye'nin Tanzimat'tan bu yana en önemli özelliği yönetimde merkeziyetçilik anlayışıdır.
- Türkiye parlamenter demokrasi ile yönetilmektedir.
- Kamu yönetimi sistemi örgüt yapısı, yöneticilerin ve memurların davranışı, uygulanan usul ve kurallar bakımından, biçimsel olarak hukuki-rasyonel bürokrasi modelini yerleştirmeye çalışmakla birlikte uygulamada, yer yer patrimonyal (geleneksel) bürokrasinin özelliklerini de yansıtan görüntüler sergilemektedir.

Tekeli'ye (2013: 49) göre, bölgesel eşitsizlik konusunda önemli sorunlarla karşı karşıya olan Türkiye, bu eşitsizlik sorunlarının çözümü veya azaltılması için en az elli yıldır, bölge planlama ve mekânsal politika geliştirme yaklaşımlarını kullanmasına rağmen bölgesel eşitsizlik, ciddi bir problem olmayı sürdürmektedir. Bölgesel planlamayı dışlamayan ve merkezde daha güçlü yetkilerle donatılmış bir devlet mekanizmasını ifade eden kurumsal yapıya rağmen bu mekanizma, yerelin sesi olmak yerine merkezi yönetimin denetimi altında olduğu için istenilen sonuca ulaşılamamıştır.

Türkiye'de, kamu hizmetlerinin topluma bir bütün halinde sunulabilmesi ve hizmetlerin verimli bir şekilde düzenlenmesi ve yürütülebilmesi amacıyla devletin yürütme gücü, merkezi yönetimi ifade eden başkent örgütlenmesi ve taşra uzantıları ile yerinden yönetim esasına göre örgütlenmiştir (Akıllı, 2010: 31; Toprak Karaman, 1992: 6; Tortop, 1994: 5; Eryılmaz, 2008: 70).

3.3.1. Merkezi Yönetim

Merkezde bulunan memurların alt kademe memurlarından daha geniş yetkilere sahip olduğu bir yönetim biçimi olan (Tortop, 1994: 5) merkezi yönetimde; kamu hizmetleri tek bir merkezden, merkez hiyerarşisine bağlı organlar eliyle yürütülür (KAYA, 1992: 53). Türk kamu yönetiminde, merkezi (genel) yönetimin yerel ve hizmet yerinden yönetim kuruluşları üzerinde sahip olduğu ağır denetim yetkisi nedeniyle, Türk kamu yönetimi sıkı bir merkezcilik sistemine sahiptir (Gözübüyük, 2010: 8).

"Merkezden yönetim, kamu hizmetlerinde birlik ve bütünlüğü sağlamak amacıyla söz konusu hizmetlere ilişkin karar ve faaliyetlerin merkezi hükümet ve onun hiyerarşik yapısı içinde yer alan örgütlerce yürütülmesi demektir (Eryılmaz, 2008: 70)." Parlak ve Sobacı (2005: 14) merkezi yönetimin özelliklerini şöyle ifade etmektedir:

- Merkezden yönetimde tek bir tüzel kişilik vardır, o da devlet tüzel kişiliğidir.
- Devlet, kamu hizmetlerini konularına göre bölerek, bakanlıklar şeklinde örgütlenmiştir.
- Kamu hizmetlerinin yürütülmesi için gerekli olan gelir ve giderler merkezi bütçede toplanır.
- Vatandaşlara sunulacak kamu hizmetleri bir merkezde toplanır ve düzenlenir. Karar alma yetkisi ve sorumluluğu başkentte oturan birtakım yetkililere aittir.

- Merkezi idarenin bir uzantısı konumunda olan taşra teşkilatı söz konusudur ve taşradaki görevliler, merkezin emir ve talimatlarıyla bağlıdır.
- Her ne kadar devlet, yani merkezi idare bakanlıklara, bakanlıklar da başkent teşkilatı ve taşra teşkilatı olmak üzere değişik birimlere ayrılmış olsa da, devlet bir bütündür. Bu bütünlük, hiyerarşik düzen ile sağlanmaktadır.

Merkezi idare ve devlet idaresi olarak adlandırılan genel yönetimin merkez (başkent) teşkilatını cumhurbaşkanı, başbakan ve bakanlar kurulu, bakanlıklar ve bakanlar oluşturmaktadır. Cumhurbaşkanı yürütme organının bir parçasını oluşturmakla birlikte, Bakanlar Kurulu'ndan farklı olarak yürütmenin sorumsuz kanadını temsil etmektedir. Cumhurbaşkanı devletin başı olarak, Türkiye Cumhuriyeti'ni ve ulusun birliğini temsil eder (Gözübüyük, 2010: 105). Eryılmaz'a (2008: 71) göre merkezi yönetimin yararları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- ✓ Merkezden yönetim, merkezi hükümetin siyasi ve idari bakımdan güçlenmesine imkân sağlar ve yönetimde birlik ve bütünlüğün gerçekleşmesine yardımcı olur.
- ✓ Merkezden yönetim, ekonomik ve sosyal kalkınmanın bölgeler arasında dengeli bir şekilde yürütülmesini ve kamu hizmetlerinin aynı düzeyde ülkeye yayılmasını sağlayabilir.
- ✓ Merkezden yönetimde idarenin tarafsızlığı daha fazla temin edilebilir. Kamu görevlilerinin bölgesel etkiler altında kalmadan merkezin denetim ve gözetimi altında tarafsız hizmet yürütmeleri gerçekleştirilebilir. Kamu görevlileri, kendini atayan makama karşı sorumlu olduklarından yöresel etkilerden çok merkezin emir ve yönlendirmesi altında çalışırlar.
- ✓ Milli savunma ve diplomasi gibi hizmetler, yerinden yönetime göre örgütlenemez. Bunların faydası ülke geneline yayılmıştır ve bölünemez niteliktedir. Bu nedenle söz konusu hizmetlerin merkezi idare tarafından planlanması ve yürütülmesi zorunludur.

Enerji, ulaşım, sağlık ve eğitim alanlarında bütün ülkede, hizmet eşitliğinin sağlanmasına imkân tanıyan (Ulusoy ve Akdemir, 2006: 51) merkezi yönetimin esas görevi, devletin asli fonksiyonlarından doğan planlama, finansman temini, koordinasyon ve yürütme gibi temel nitelikli hizmetleri sunmaktır (Saran, 2004: 125). Merkezi yönetim, "üzerine aldığı hizmeti, hizmetin gereklerine, ekonomik ve toplumsal koşullara, ülkenin coğrafya durumuna göre yürütmek, hizmetleri halka götürmek için, taşrada teşkilatlanmıştır (Gözübüyük, 2010: 162)."

3.3.2. Yerinden Yönetim

Yerinden yönetim anlayışı; siyasi ve idari yetkilerin bir kısmının merkezi yönetimin dışındaki diğer yönetim birimlerine bırakılmasını ifade etmektedir. Siyasi ve idari yerinden yönetim olmak üzere iki farklı yapıda görülen yerinden yönetim anlayışında, siyasi gücün merkezi yönetim birimleri ile yerinden yönetim birimleri arasında paylaşılması siyasi yerinden yönetimi; yerel nitelikli kamu hizmetleri, ekonomik, kültürel ve teknik bazı işlevlerin yerinden yönetim birimleri tarafından yerine getirilmesi de idari yerinden yönetimi kapsamaktadır (Eryılmaz, 2008: 77-79).

Gözübüyük (2010: 96) yerinden yönetimi, "bazı hizmetlerin yürütülmesinde genel yönetim hiyerarşisi içinde olmayan çeşitli kamu tüzel kişilerine verilmesidir." şeklinde ifade ettikten sonra, coğrafi alanı esas alan yerinden yönetim biçimi için coğrafi yerinden yönetim ve faaliyeti esas alan yerinden yönetim biçimi için de fonksiyonel yerinden yönetim olmak üzere ikiye ayırmaktadır.

Klasik anlamda desantralizasyon (yerinden yönetimleştirme), merkezi yönetimin sahip olduğu yetki, görev ve kaynakların yerel yönetimlere aktarımını ifade etmektedir. Modern anlamda ise, merkezi yönetimin sahip olduğu planlama, karar verme ve kamu gelirlerinin toplanması gibi yetkilerin bir bölümünün taşra kuruluşlarına, yerel yönetimlere, yarı-özerk kamu kurumlarına, meslek kuruluşlarına ve merkezi yönetim ve yerel yönetimler dışındaki vakıf ve dernek gibi sivil toplum kuruluşlarına devredilmesi anlamına gelmektedir (Eryılmaz, 2008: 86). Acartürk ve Özgür (2004: 149) yerel yönetimlerin yararlarını şöyle sıralamaktadır:

- Belde halkının taleplerine en uygun hizmet demeti ancak yerel yönetimlerce belirlenebilir ve sunulabilir,
- Yerinden yönetim, halkın yönetime katılması ve demokrasinin tabana yayılmasına uygun bir sistemdir,
- Yerel hizmetlerin mahallinde sunulması, hizmetlerin üretim maliyetlerini azaltır ve kıt kamu kaynaklarının daha verimli kullanılmasına yardımcı olur,
- Desantralizasyon, karar verme sürecini halka yaklaştırarak, kamu sektörünün etkinliğini ve duyarlılığını geliştirir,
- Yerel halk, uygun ölçekteki ve katılımın yüksek olduğu yerel birimlerde kendi tercihlerine en uygun hizmet bileşimi sunulacağından hizmetlerin maliyetine katlanmaya daha isteklidir,

- Yerel sorumlulukların direkt olarak artması, yerel ekonomik büyüme için uygun ortam yaratabilir,
- Yerinden yönetim yolsuzlukları ve israfı azaltabilir,
- Yerinden yönetimler yeniliklere ve yaratıcılığa daha yatkındır/açıktır,
- Çeşitli gurupların, özellikle marjinal gurupların, yönetime katılımını artırır; sosyal çatışma ve ülkelerin bölünme riskini azaltır,
- Memurların/bürokratların merkeze yaranma gayreti olmayacağından bölgeye faydaları artar.

Coğrafi yerinden yönetim anlayışı bir bölge, il, belediye ya da köy halkının yerel nitelikli ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla yürütülecek bazı hizmetlerin, merkezi yönetimden ayrı, karar vericilerinin demokratik seçimlerle belirlendiği ve görev alanları belirli bir coğrafi alanla sınırlı olan yerel yönetimler tarafından yürütülmesini ifade etmektedir (Eryılmaz, 2008: 82). Belediyeler, il özel idareleri ve köyler, Türkiye'de yerel nitelikli hizmetlerin birçoğunu yerine getirmek için kurulan yerel yönetimlerdir (Gözübüyük, 2010: 177). 19. yüzyılda, Tanzimat ve Islahat hareketleri ile ortaya çıkan yerel yönetimler; siyasi ve idari gelişmeler ile paralel bir gelişme göstererek bugünkü yapısına kavuşmuştur (Dursun, 1998: 93).

Anayasamızın 127. maddesinde yerel yönetimler; “İl, belediye veya köy halkının mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, gene kanunda gösterilen, seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişileridir.” olarak ifade edilmektedir (Resmi Gazete, 1982: 17863). Pustu (2005: 127) yerel yönetimleri, “yönetime katılım, hizmetlerde etkinlik, demokratik uygulamalar, özgürlük gibi demokrasinin pek çok değerinin hayata geçirildiği yerler ve toplumun demokratikleşmesine önemli katkılarda bulunması gibi nedenlerden dolayı yerel demokrasiler” şeklinde değerlendirmektedir.

Merkezi yönetim ve yerel yönetimlerde belirli bir yerde yaşayan insanların oluşturduğu topluluğa tüzel kişilik tanınırken Karayolları Genel Müdürlüğü, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Üniversiteler, TÜBİTAK, TODAİE, TRT, Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü ve KİT’ler gibi hizmet yerinden yönetim kuruluşlarına tüzel kişilik tanınmıştır (Giritli, 1991: 29; Parlak ve Sobacı, 2005: 170).

Fonksiyonel yerinden yönetim anlayışı, merkezi yönetimin yerine getirdiği bazı hizmetlerin daha rasyonel, hızlı ve verimli bir şekilde yerine getirilmesi için teknik ve uzmanlaşmış özerk statüdeki kuruluşlara bırakılmasını ifade etmektedir (Eryılmaz, 2008: 80). 1982 Anayasası'nın 135. maddesinde kamu meslek kuruluşlarının amacı, "belli bir mesleğe mensup olanların müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleri ile ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak üzere meslek disiplini ve ahlakını korumak" olarak belirtilmektedir. Ticaret ve sanayi odaları, ticaret borsaları, tabip odaları, mimar ve mühendis odaları, eczacı odaları, ziraat odaları, noter odaları, barolar gibi çok çeşitli olan kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının genel özellikleri şunlardır (Gözübüyük, 2010: 288-289):

- Bunlar bir kanun ile kurulur.
- Belli bir meslek mensuplarını içine alır.
- Bunlara katılma zorunludur.
- Organları kendi mensupları tarafından ve kendi üyeleri arasından seçilir.
- Siyasi partiler meslek kuruluşlarının seçimlerinde aday gösteremezler.
- Meslek kuruluşları, kuruluş amaçlarının dışında etkinlikte bulunamazlar.
- Devletin bu kuruluşlara faaliyet alanlarına ilişkin bazı kamu hizmetlerini yerine getirmek görevi verdiği de görülmektedir.
- Milli güvenliğin, kamu düzeninin suç işlenmesini veya suçun devamını önlemenin yahut yakalamanın gerektirdiği hallerde gecikmesinde sakınca bulunan durumlarda, yetkili yer meslek kuruluşlarını faaliyetten men edebilir.
- Meslek kuruluşlarının özel bütçeleri vardır. Gelirleri üye ödentileri, yaptıkları hizmet karşılığı aldıkları ücretler ve para cezalarından oluşur.
- Kanunda öngörülen yönetsel ve mali denetime tabidirler.

Katı ve aşırı bir merkezi yönetim ile bir ülkenin bir ya da daha fazla bölgesinde bağımsızlık, kargaşa ve çatışma gibi eylemlerin ortaya çıkmasına neden olacak bir yerinden yönetim anlayışı arasında dengeli bir idari yapının sağlanması önem arz etmektedir (Eryılmaz, 2008: 83). Aksi takdirde, aşırı bir yerinden yönetim uygulaması, ülkenin birlik ve bütünlüğünü bozarak farklı bölgeler arasında rekabete neden olmasının yanı sıra kamu hizmetlerinin ülkenin her noktasında eşitlik ilkesinde görülmesine de engel olabilir (Giritli, 1991: 32).

BÖLÜM 4: ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu bölümde, çalışma kapsamında yapılan araştırmanın yöntemine yönelik bilgiler bulunmaktadır. Bu bağlamda; araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın soruları, araştırmanın kapsamı ve kısıtları, araştırmanın deseni, araştırmanın örnekleme ile görüşme formunun hazırlanması ve ön deneme gibi veri toplama yöntemine ilişkin bilgiler detaylı bir şekilde açıklanmaktadır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

TDY sürecini inceleyerek, Türkiye'nin kamu yönetimini oluşturan merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin, bu süreçte üstlenebileceği rolleri tespit etmek bu araştırmanın başlıca amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın bu başlıca amacı çerçevesinde belirlenen alt amaçları ise şunlardır:

- Destinasyon ile turizm destinasyonu kavramları arasındaki farklılıkları ortaya koymak ve bu iki terim arasındaki kavram karışıklığının ortadan kaldırılmasına katkıda bulunmak.
- Turizm destinasyonunun özelliklerini tespit etmek.
- Turizm destinasyonunun paydaşlarını tespit etmek.
- Turizm destinasyonu yönetimi yaklaşımlarını incelemek.
- TDY sürecinde, üstlenilmesi gereken rolleri tespit etmek.
- TDY sürecinde, kamu yönetiminin üstlenmesi gereken rolleri tespit etmek.
- TDY sürecinde, merkezi yönetim birimlerinin üstlenmesi gereken rolleri tespit etmek.
- TDY sürecinde, yerinden yönetim birimlerinin üstlenmesi gereken rolleri tespit etmek.

Araştırmanın turizm yazını açısından önemini; destinasyon ile turizm destinasyonu arasındaki farka vurgu yapması, turizm destinasyonu yönetimi konusunu farklı yönetim yaklaşımları çerçevesinde incelemesi ve turizmde kamu yönetiminin önemli bir yer tuttuğuna bilimsel bir araştırmayla dikkat çekmesi şeklinde belirtmek mümkündür.

Türkiye'de, 2003-2013 yılları arasında hazırlanan ve adında *destinasyon* kavramı bulunan lisansüstü tezlerin büyük bir bölümünün (bakınız Ek 4) destinasyon pazarlaması, destinasyon rekabetçiliği ve destinasyon imajı konularına yoğunlaşması

dikkate alındığında, TDY'yi daha makro düzeyde inceleyerek TDY'nin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini de içeren daha kapsamlı bir süreç olduğuna vurgu yapması, bu çalışmayı özgünlük bakımından önemli kılan diğer bir unsur olarak görülmektedir.

Son olarak, Türkiye'de merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin kamu yöneticilerine yol gösterici bir kılavuz niteliğini taşıması çalışmanın uygulama açısından önemi olarak belirtilebilir.

4.2. Araştırma Soruları

Araştırmanın temel amacı ve alt amaçları doğrultusunda hazırlanan 2 Genel Araştırma Sorusu (GAS) ile her bir genel araştırma sorusu altında oluşturulan 4 Özel Araştırma Sorusu (ÖAS) şunlardır:

GAS 1: Turizm destinasyonu yöneti(şi)mi neyi ifade etmektedir?

ÖAS 1: Turizm destinasyonu neyi ifade etmektedir?

ÖAS 2: Turizm destinasyonunun paydaşları kimlerdir?

ÖAS 3: Turizm destinasyonunda bulunan doğal ve yapay kaynakların kullanımı için nasıl bir yönetim yaklaşımı benimsenmelidir?

ÖAS 4: Turizm destinasyonu yöneti(şi)mi sürecinde üstlenilebilecek roller nelerdir?

GAS 2: Turizm destinasyonu yöneti(şi)minde kamu yönetiminin üstlenmesi gereken roller nelerdir?

ÖAS 1: Turizm destinasyonu yöneti(şi)minde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın üstlenmesi gereken roller nelerdir?

ÖAS 2: Turizm destinasyonu yöneti(şi)minde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün üstlenmesi gereken roller nelerdir?

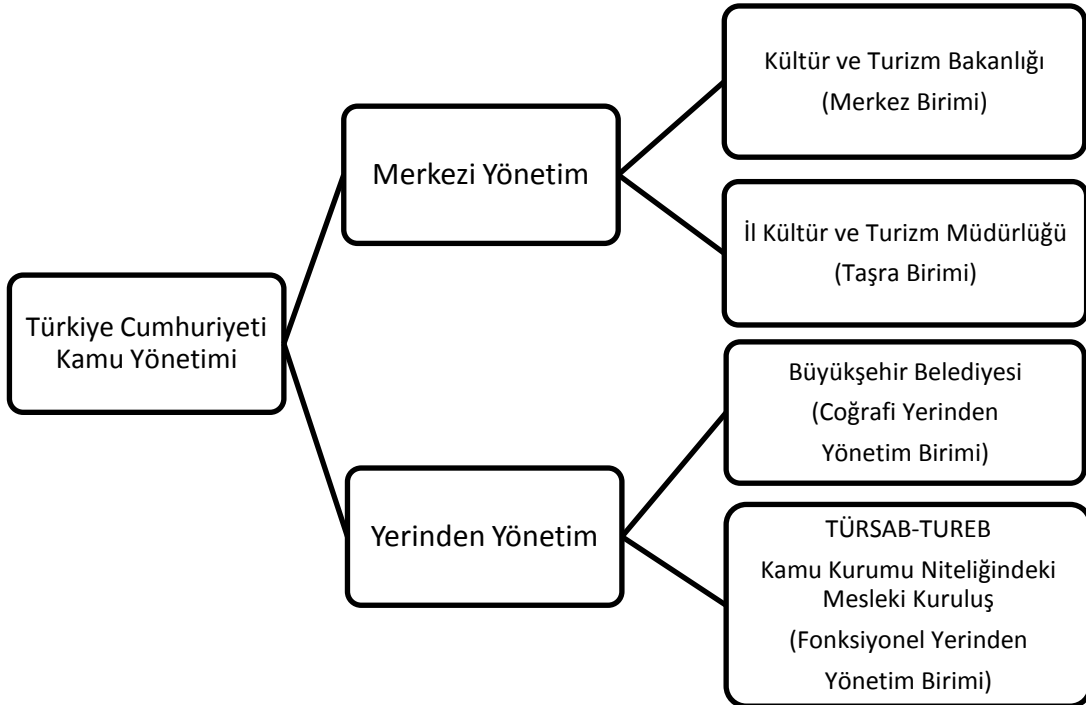
ÖAS 3: Turizm destinasyonu yöneti(şi)minde büyükşehir belediyesinin üstlenmesi gereken roller nelerdir?

ÖAS 4: Turizm destinasyonu yöneti(şi)minde TÜRSAB ve TUREB'in üstlenmesi gereken roller nelerdir?

Birinci genel araştırma sorusu ve özel araştırma soruları aracılığıyla, turizm destinasyonu yöneti(şi)mi konusunun kapsamlı bir biçimde incelenmesi amaçlanmıştır. İkinci genel araştırma sorusu ve özel araştırma soruları aracılığıyla da merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin üstlenmesi gereken rollerin ayrı ayrı tespit edilebilmesi amaçlanmıştır.

4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Araştırma kapsamında bir turizm destinasyonu; ülke (Türkiye), bölge (iki ya da daha fazla il), il (bir il) ve yöre (bir ya da daha fazla ilçe) olmak üzere dört coğrafi birim üzerinden incelenmektedir. Kamu yönetimi ifadesi, Türkiye Cumhuriyeti'nin kamu yönetimini oluşturan merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerini temsil etmektedir. Turizm ile ilgili yetki, görev ve sorumluluk sahibi merkezi yönetim birimleri olarak; Kültür ve Turizm Bakanlığı (merkez) ile İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (taşra); yerinden yönetim birimleri olarak; Büyükşehir Belediyesi (coğrafi/yer yerinden yönetim) ile TÜRSAB ve TUREB (fonksiyonel/hizmet yerinden yönetim) belirlenmiştir.



Şekil 26: TDY Sürecinde Rol Üstlenebilecek Kamu Yönetimi Birimleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 26'da TDY sürecinde rol üstlenen ya da üstlenmesi beklenen kamu yönetimi birimleri gösterilmektedir. Tespit edilen bu birimler, veri toplama sürecinde birincil kaynak olarak değil, bu birimlerin yetki, görev ve sorumluluklarının tanımlandığı mevzuat çerçevesinde ikincil kaynak olarak yer almıştır. Bu yola başvurulmasının temel nedeni; araştırma örnekleminin belirlenmesinde, olasılığa dayalı olmayan yargısal (kasıtlı/iradi/amaçlı) örnekleme yönteminin kullanılmasıdır. Bu bağlamda araştırmacı; turizm ile ilgili yetki, görev ve sorumluluk sahibi olarak belirlenen merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinden araştırma konusuyla ilgili detaylı ve yeterli verinin toplanamayacağı yargısını taşımaktadır. Araştırmacının bu yargıya varmasında iki temel dayanak önemli rol oynamaktadır:

Birinci temel dayanak, araştırmacının 2011 yılında yapmış olduğu Yüksek Lisans tez çalışması kapsamında, bünyesinde doğrudan turizm ile ilgili bir birime sahip çok az sayıda yerel yönetim biriminin olması ve bu birimlerde, turizm eğitimi almış personel istihdamının istenilen düzeyde olmaması nedeniyle veri toplama aşamasında karşılaşılan güçlüklerdir.

İkinci temel dayanak, Türkiye Cumhuriyeti'nin kamu yönetimini oluşturan gerek merkezi yönetim gerekse yerinden yönetim birimlerinin yetki, görev ve sorumluluk alanlarının mevzuat ile belirlenmiş olmasıdır. Bu bağlamda, araştırma kapsamına alınan Kültür ve Turizm Bakanlığı, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Büyükşehir Belediyesi ile TÜRSAB ve TUREB'in yetki, görev ve sorumluluk alanlarına ilişkin veriler, ilgili mevzuatın incelenmesiyle elde edilebilir durumdadır.

Ökmen ve Canan'ın (2009: 139) Türkiye'de kamu birimleri tarafından herhangi bir işin yürütülmesinde mevzuata aşırı bağlılık personel ve idarecilerin karar verme aşamalarında pasif kalmalarına neden olmuş ve bu durum da hizmetlerin kaliteli, hızlı, verimli ve etkili bir biçimde yerine getirilmesini engellemektedir tespitinin yanı sıra Canpolat ve Cangir'in (2010: 44) sistem üzerindeki hâmilik ve vasîlik rolünü etkili bir biçimde sürdüren bürokratik yapının, bu sorun üzerinde önemli bir payı bulunmaktadır tespitinin, araştırmacı tarafından ifade edilen yargıyla örtüştüğü düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Büyükşehir Belediyesi ile TÜRSAB ve TUREB'in yetki, görev ve sorumluluk alanları, ilgili mevzuat kapsamında şöyle açıklanmaktadır:

Kültür ve Turizm Bakanlığı: 4848 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'un 1. maddesinde yer alan;

Bu Kanunun amacı; kültürel değerleri yaşatmak, geliştirmek, yaymak, tanıtmak, değerlendirmek ve benimsetmek, tarihî ve kültürel varlıkların tahribini ve yok edilmesini önlemek, yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını ülke ekonomisine olumlu katkı sağlayacak şekilde değerlendirmek, turizmin geliştirilmesi, pazarlanması, teşvik ve desteklenmesi için gerekli önlemleri almak, kültür ve turizm konularıyla ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek ve bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve işbirliği yapmak üzere Kültür ve Turizm Bakanlığının kurulmasına, teşkilât ve görevlerine ilişkin esasları düzenlemektir.

ifadesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Türk kamu yönetiminde, turizm alanındaki en önemli ve yetkili birim olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. İlgili kanunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın görevleri de şöyle açıklanmaktadır (Resmi Gazete, 2003b):

- a) Millî, manevî, tarihî, kültürel ve turistik değerleri araştırmak, geliştirmek, korumak, yaşatmak, değerlendirmek, yaymak, tanıtmak, benimsetmek ve bu suretle millî bütünlüğün güçlenmesine ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak,
- b) Kültür ve turizm konuları ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek, bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve işbirliği yapmak, (Ek ibare: 13/01/2007, 26402 sayılı Resmi Gazete); yerel yönetimler, kamu kurum ve kuruluşları tarafından kurulan veya kamu personelini desteklemek için kurulan dernekler ve aynı amaçlarla Türk Medeni Kanununa göre kurulan vakıflar dışındaki asıl amacı kültür, sanat, turizm ve tanıtım faaliyeti olan dernek ve vakıflar ile özel tiyatrolar tarafından gerçekleştirilecek projelere nakdi yardımda bulunmak
- c) Tarihî ve kültürel varlıkları korumak,
- d) Turizmi, millî ekonominin verimli bir sektörü haline getirmek için yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını değerlendirmek, geliştirmek ve pazarlamak,
- e) Kültür ve turizm alanlarında her türlü yatırım, iletişim ve gelişim potansiyelini yönlendirmek,

- f) Kùltür ve turizm yatırımları ile ilgili taşınmazları temin etmek, gerektiğinde kamulaştırmak, bunların etüt, proje ve inşaatını yapmak, yaptırmak,
- g) Türkiye'nin turistik varlıklarını her alanda tanıtıcı faaliyetler ile her türlü imkân ve araçlardan faydalanarak kùltür ve turizmle ilgili tanıtma hizmetlerini yürütmek,
- h) Kanunlarla verilen diğere görevleri yapmak.

Kùltür ve Turizm Bakanlığı'nın temel görevlerinden birisi de yurt içi ve yurt dışı tanıtım faaliyetleridir. Kùltür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde bulunan Tanıtma Genel Müdürlüğü'nün yurt dışı tanıtım faaliyetlerinin pazarlama hedefleri ve iletişim stratejileri şöyle ifade edilmektedir (www.tanitma.gov.tr, 2014a):

Pazarlama Hedefleri:

- ✓ Türkiye'nin pazar payının ana pazarlarda ve gelişmekte olan pazarlarda artırılması, olgun pazarlarda korunması
- ✓ Normal koşullar altında toplam ziyaretçi sayısının artırılması
- ✓ Ülkemize gelen üst gelir grubu ziyaretçilerin payının artırılması
- ✓ Kişi başı harcamanın ve kalış sürelerinin artırılması
- ✓ Mevsimselliğin azaltılarak turizm talebinin 12 aya yayılması
- ✓ Kùltür, golf, kış, kongre, yatçılık, şehir, gençlik, sağlık ve eko turizm gibi turizm çeşitlerine yönelik talebin arttırılması
- ✓ Turizmin bölgelere dengeli dağılımının sağlanması

İletişim Hedefleri:

- ✓ Türkiye'nin dünya turizm pazarındaki imajının geliştirilerek eşsiz kùltürel mirasa ve doğal güzelliklere sahip, ürün çeşitliliği sunan ve modern bir ülke olarak konumlandırılması

İletişim Stratejisi:

- ✓ Destinasyon odaklı tanıtım yapılması
- ✓ Deniz-kum-güneşten farklı seyahat motivasyonlarına da odaklanılarak Türkiye'nin ürün çeşitliliğinin vurgulanması
- ✓ Tanıtımlarda Türkiye'nin sunduğu yaşam tarzı ve seyahat deneyiminin duygulara hitap eden mesajlarla aktarılması

- ✓ Başta İstanbul olmak üzere Antalya, Muğla, Kapadokya ve Nemrut gibi destinasyonlarımızın, kısa tatiller için önemli bir alternatif olarak konumlandırılması
- ✓ Ülkemizde gerçekleştirilen uluslararası sportif, kültürel, sanatsal etkinliklerin tanıtımı için çalışmalar yapılması
- ✓ Görsellerde, yaşamın içinden görüntüler ve insan unsurunun kullanılması
- ✓ Dijital tanıtıma ağırlık verilmesi

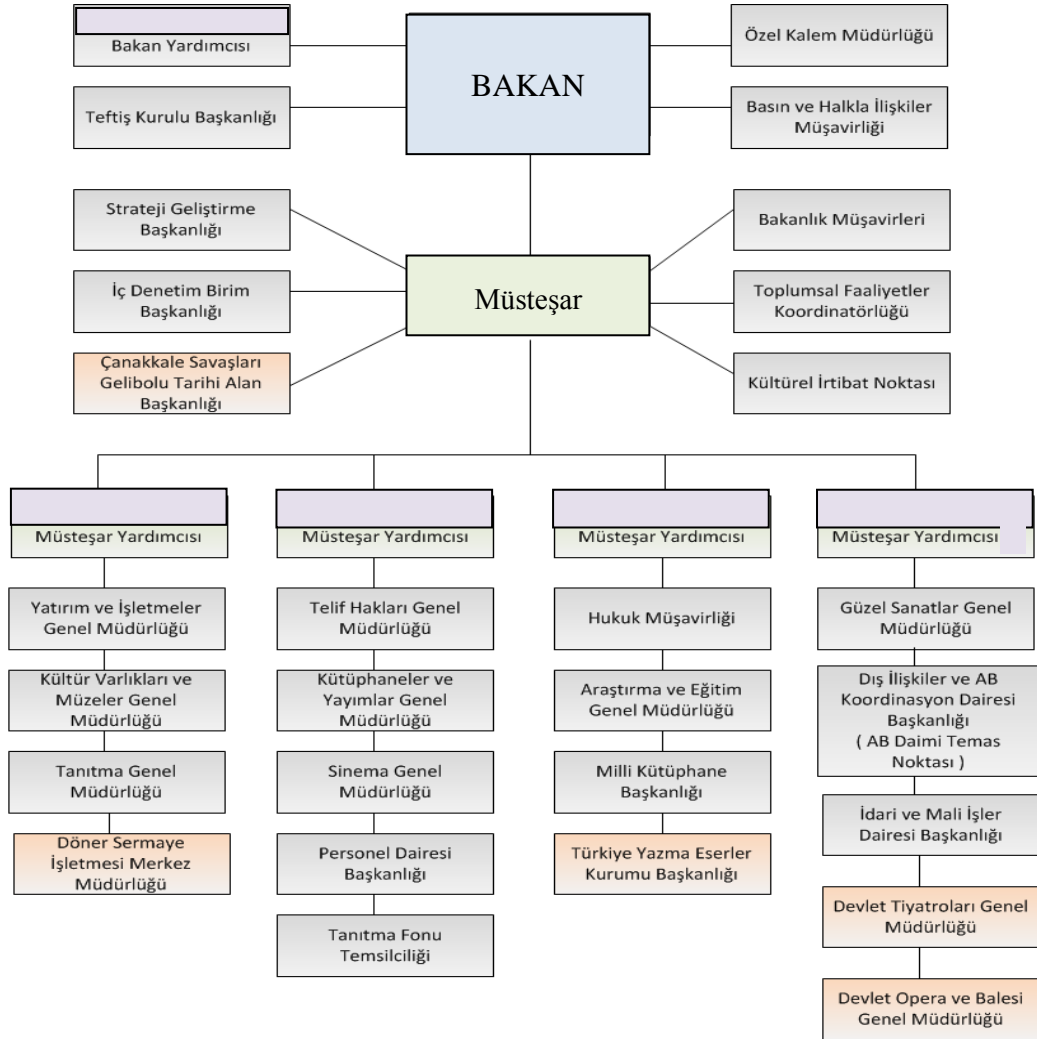
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bir başka faaliyeti ise uluslararası ölçekte, konumunu koruyabilmek ve geliştirmek gibi amaçlarla çeşitli anlaşmalar yapmaktır. Türkiye'nin dış politikası ve menfaatleri doğrultusunda 61 ikili, 3 çok taraflı ve 1 üçlü olmak üzere toplam 65 adet Turizm İşbirliği Anlaşması, toplam 16 adet Turizm İşbirliği Mutabakat Zaptı ve akdedilen Anlaşmalar çerçevesinde 30 ülke ile Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü imzalanmıştır. Anlaşma ve Protokollerin yanı sıra Almanya ile 14. Dönem Turizm İş Konseyi, Yunanistan ile VII. Turizm Forumu, Suriye ile IV. Bölgesel Turizm Toplantısı düzenlenmiştir (www.teftis.kulturveturizm.gov.tr, 2014). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın teşkilat yapısı; merkez teşkilatı, taşra teşkilatı ve yurt dışı teşkilatı birimlerinden oluşmaktadır (www.kulturveturizm.gov.tr, 2014).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'e göre, turizm sektörünün gelişiminde, Kültür ve Turizm Bakanlığının yeni rolü şöyle ifade edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 7):

- Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm potansiyeli bulunan ve planlı gelişimin gerçekleşmesini istediği alanlarda planlama konusunda yetkili mercii olarak çalışmalarını sürdürecektir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm sektöründe tanıtım, pazarlama, eğitim, ar-ge alanlarında da sektöre yön gösteren yasal düzenlemeler, plan, politika ve projeleri hazırlamadan sorumlu olacaktır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde turizmde sınıflandırma sonucunda belli standartların geliştirileceği, işletmelerin gerçekleştirmesi gereken uygulamaların belirlendiği Ulusal Turizm Belgeleme (Akreditasyon) Birimi'nin,
- İç turizme yönelik her türlü araştırma, değerlendirme ve politika oluşturma konularında çalışmalar yapacak İç Turizm Araştırma ve Yönlendirme Birimi'nin,

- Sektördeki değişimleri takip ederek yaygın ve örgün turizm eğitim politikalarının ana hatları, içeriği ve stratejilerinin belirlenmesine yönelik çalışmaların yapılacağı Turizm Eğitimi Yönlendirme Birimi'nin ve
- Sektörle ilgili istatistik, alan araştırmaları ve ölçümleri bünyesinde toplama, işleme ve değerlendirme konularında çalışmalar yapacak Ulusal Turizm Veri Bankası Birimi'nin kurulması hedeflenmektedir.

Merkez Teşkilatı: Şekil 27'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın merkez teşkilatı gösterilmektedir. Merkez teşkilatı incelendiğinde, Kültür ve Turizm Bakanı teşkilatın başı olarak görülmekle birlikte, müsteşar ve müsteşar yardımcılara bağlı birimlerin türü ve sayısı dikkate alındığında, müsteşar ve müsteşar yardımcılarının teşkilatta önemli bir konuma sahip oldukları düşünülmektedir.



Şekil 27: Kültür ve Turizm Bakanlığı Merkez Teşkilatı Şeması

Kaynak: www.kulturveturizm.gov.tr, 2014

Taşra Teşkilatı: İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, Kültür Merkezleri, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (Müze Müdürlükleri), Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü (İl Halk Kütüphanesi-Müdürlük, İlçe Halk Kütüphanesi-Müdürlük, İlçe Halk Kütüphanesi-Memurluk, Halk Kütüphanesi-Memurluk, Çocuk Kütüphanesi-Memurluk, Yazma Eser Kütüphanesi-Müdürlük, Yazma Eser Kütüphanesi-Memurluk, Beyazıt Devlet Kütüphanesi-Müdürlük), Basma Yazı ve Resim Derleme Müdürlüğü, Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (Ankara Atatürk Kültür Merkezi Müdürlüğü, Atatürk Kültür Merkezi Alanı ve Tesisleri İşletme Müdürlüğü, İstanbul Atatürk Kültür Merkezi Müdürlüğü), Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü (İstanbul Telif Hakları ve Sinema Müdürlüğü), Tanıtma Genel Müdürlüğü (Turizm Danışma Bürosu).

Yurt Dışı Teşkilatı: Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 33 ülkede (Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan, Azerbaycan, Sırbistan, Almanya, Belçika, BAE, Finlandiya, Mısır, Ukrayna, Danimarka, Malezya, Hollanda, İngiltere, ABD, İspanya, Rusya, Fransa, İtalya, Çin, Suudi Arabistan, Bosna Hersek, Bulgaristan, İsveç, İran, İsrail, Japonya, Makedonya, Polonya, Avusturya, Hindistan, İsviçre) ve 36 şehirde (Zürih, Yeni Delhi, Washington, Viyana, Varşova, Üsküp, Tokyo, Tel-Aviv, Taşkent, Tahran, Stockholm, Sofya, Saraybosna, Roma, Riyad, Pekin, Paris, New York, Moskova, Madrid, Los Angeles, Londra, Lahey, Kuala Lumpur, Kopenhag, Kiev, Kahire, Helsinki, Frankfurt, Dubai, Brüksel, Berlin, Belgrad, Bakü, Aşkabat, Astana) turizm ofisi bulunmaktadır (www.tanitma.gov.tr, 2014b).

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: 4848 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'un 27. maddesinde bakanlığın gerekli gördüğü illerde taşra kurmaya yetkili olduğu belirtilmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'nin 81 ilinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın taşra teşkilatını temsil eden 81 İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü kurulmuştur. İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı ve kurulduğu ilin sınırlarıyla sınırlandırılmış bir görev alanına sahiptir (Resmi Gazete, 2003b).

Büyükşehir Belediyesi: 10/7/2004 tarihli ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu 1 inci bölümünün 3 üncü maddesinde Büyükşehir belediyesi: “Sınırları il mülki sınırı olan ve sınırları içerisindeki ilçe belediyeleri arasında koordinasyonu sağlayan; idarî ve

malî özerkliğe sahip olarak kanunlarla verilen görev ve sorumlulukları yerine getiren, yetkileri kullanan; karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişisini ifade eder.” şeklinde tanımlandıktan sonra 3 üncü bölümün 7 nci maddesinde Büyükşehir Belediyesinin görev, yetki ve sorumlulukları başlığı altında şöyle açıklanmaktadır (Resmi Gazete, 2004: 25531);

a) İlçe belediyelerinin görüşlerini alarak büyükşehir belediyesinin stratejik plânını, yıllık hedeflerini, yatırım programlarını ve bunlara uygun olarak bütçesini hazırlamak.

b) Çevre düzeni plânına uygun olmak kaydıyla, büyükşehir belediye sınırları içinde 1/5.000 ile 1/25.000 arasındaki her ölçekte nazım imar plânını yapmak, yaptırmak ve onaylayarak uygulamak; büyükşehir içindeki belediyelerin nazım plâna uygun olarak hazırlayacakları uygulama imar plânlarını, bu plânlarda yapılacak değişiklikleri, parselasyon plânlarını ve imar ıslah plânlarını aynen veya değiştirerek onaylamak ve uygulanmasını denetlemek; nazım imar plânının yürürlüğe girdiği tarihten itibaren bir yıl içinde uygulama imar plânlarını ve parselasyon plânlarını yapmayan ilçe belediyelerinin uygulama imar plânlarını ve parselasyon plânlarını yapmak veya yaptırmak.

c) Kanunlarla büyükşehir belediyesine verilmiş görev ve hizmetlerin gerektirdiği proje, yapım, bakım ve onarım işleriyle ilgili her ölçekteki imar plânlarını, parselasyon plânlarını ve her türlü imar uygulamasını yapmak ve ruhsatlandırmak, 20.7.1966 tarihli ve 775 sayılı Gecekondu Kanununda belediyelere verilen yetkileri kullanmak.

d) Büyükşehir belediyesi tarafından yapılan veya işletilen alanlardaki işyerlerine büyükşehir belediyesinin sorumluluğunda bulunan alanlarda işletilecek yerlere ruhsat vermek ve denetlemek.

e) Belediye Kanununun 69 ve 73 üncü maddelerindeki yetkileri kullanmak.

f) Büyükşehir ulaşım ana plânını yapmak veya yaptırmak ve uygulamak; ulaşım ve toplu taşıma hizmetlerini plânlamak ve koordinasyonu sağlamak; kara, deniz, su ve demiryolu üzerinde işletilen her türlü servis ve toplu taşıma araçları ile taksit sayılarını, bilet ücret ve tarifelerini, zaman ve güzergâhlarını belirlemek; durak yerleri ile karayolu, yol, cadde, sokak, meydan ve benzeri yerler üzerinde araç park yerlerini tespit etmek ve işletmek, işletirmek veya kiraya vermek; kanunların belediyelere verdiği trafik düzenlemesinin gerektirdiği bütün işleri yürütmek.

g) Büyükşehir belediyesinin yetki alanındaki mahalleleri ilçe merkezine bağlayan yollar, meydan, bulvar, cadde ve ana yolları yapmak, yaptırmak, bakım ve onarımı ile bu yolların temizliği ve karla mücadele çalışmalarını yürütmek; kentsel tasarım projelerine uygun olarak bu yerlere cephesi bulunan yapılara ilişkin yükümlülükler koymak; ilân ve reklam asılacak yerleri ve bunların şekil ve ebadını belirlemek; meydan, bulvar, cadde, yol ve sokak ad ve numaraları ile bunlar üzerindeki binalara numara verilmesi işlerini gerçekleştirmek.

h) Coğrafi ve kent bilgi sistemlerini kurmak.

i) Sürdürülebilir kalkınma ilkesine uygun olarak çevrenin, tarım alanlarının ve su havzalarının korunmasını sağlamak; ağaçlandırma yapmak; gayrisihî işyerlerini, eğlence yerlerini, halk sağlığına ve çevreye etkisi olan diğer işyerlerini kentin belirli yerlerinde toplamak; inşaat malzemeleri, hurda depolama alanları ve satış yerlerini, hafriyat toprağı, moloz, kum ve çakıl depolama alanlarını, odun ve kömür satış ve depolama sahalarını belirlemek, bunların taşınmasında çevre kirliliğine meydan vermeyecek tedbirler almak; büyükşehir katı atık yönetim plânını yapmak, yaptırmak; katı atıkların kaynakta toplanması ve aktarma istasyonuna kadar taşınması hariç katı atıkların ve hafriyatın yeniden değerlendirilmesi, depolanması ve bertaraf edilmesine ilişkin hizmetleri yerine getirmek, bu amaçla tesisler kurmak, kurdurmak, işletmek veya işletmek; sanayi ve tıbbî atıklara ilişkin hizmetleri yürütmek, bunun için gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya

işletirmek; deniz araçlarının atıklarını toplamak, toplatmak, arıtmak ve bununla ilgili gerekli düzenlemeleri yapmak.

j) Gıda ile ilgili olanlar dâhil birinci sınıf gayrisihhî müesseseleri ruhsatlandırmak ve denetlemek, yiyecek ve içecek maddelerinin tahlillerini yapmak üzere laboratuvarlar kurmak ve işletmek.

k) Büyükşehir belediyesinin yetkili olduğu veya işlettiği alanlarda zabıta hizmetlerini yerine getirmek.

l) Yolcu ve yük terminalleri, kapalı ve açık otoparklar yapmak, yaptırmak, işletmek, işletmek veya ruhsat vermek.

m) Büyükşehirin bütünlüğüne hizmet eden sosyal donatılar, bölge parkları, hayvanat bahçeleri, hayvan barınakları, kütüphane, müze, spor, dinlence, eğlence ve benzeri yerleri yapmak, yaptırmak, işletmek veya işletmek; gerektiğinde amatör spor kulüplerine nakdî yardım yapmak, malzeme vermek ve gerekli desteği sağlamak, amatör takımlar arasında spor müsabakaları düzenlemek, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara, teknik yönetici, antrenör ve öğrencilere belediye meclis kararıyla ödül vermek.

n) Gerektiğinde mabetler ile sağlık, eğitim ve kültür hizmetleri için bina ve tesisler yapmak, kamu kurum ve kuruluşlarına ait bu hizmetlerle ilgili bina ve tesislerin her türlü bakımını, onarımını yapmak ve gerekli malzeme desteğini sağlamak.

o) Kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlamak, bu amaçla bakım ve onarımını yapmak, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa etmek.

p) Büyükşehir içindeki toplu taşıma hizmetlerini yürütmek ve bu amaçla gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya işletmek, büyükşehir sınırları içindeki kara ve denizde taksi ve servis araçları dahil toplu taşıma araçlarına ruhsat vermek.

r) Su ve kanalizasyon hizmetlerini yürütmek, bunun için gerekli baraj ve diğer tesisleri kurmak, kurdurmak ve işletmek; derelerin ıslahını yapmak; kaynak suyu veya arıtma sonunda üretilen suları pazarlamak.

s) Mezarlık alanlarını tespit etmek, mezarlıklar tesis etmek, işletmek, işletmek, defin ile ilgili hizmetleri yürütmek.

t) Her çeşit toptancı hallerini ve mezbahaları yapmak, yaptırmak, işletmek veya işletmek, imar plânında gösterilen yerlerde yapılacak olan özel hal ve mezbahaları ruhsatlandırmak ve denetlemek.

u) İl düzeyinde yapılan plânlara uygun olarak, doğal afetlerle ilgili plânlamaları ve diğer hazırlıkları büyükşehir ölçeğinde yapmak; gerektiğinde diğer afet bölgelerine araç, gereç ve malzeme desteği vermek; itfaiye ve acil yardım hizmetlerini yürütmek; patlayıcı ve yanıcı madde üretim ve depolama yerlerini tespit etmek, konut, işyeri, eğlence yeri, fabrika ve sanayi kuruluşları ile kamu kuruluşlarını yangına ve diğer afetlere karşı alınacak önlemler yönünden denetlemek, bu konuda mevzuatın gerektirdiği izin ve ruhsatları vermek.

v) Sağlık merkezleri, hastaneler, gezici sağlık üniteleri ile yetişkinler, yaşlılar, engelliler, kadınlar, gençler ve çocuklara yönelik her türlü sosyal ve kültürel hizmetleri yürütmek, geliştirmek ve bu amaçla sosyal tesisler kurmak, meslek ve beceri kazandırma kursları açmak, işletmek veya işletmek, bu hizmetleri yürütürken üniversiteler, yüksek okullar, meslek liseleri, kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri ile işbirliği yapmak.

y) Merkezî ısıtma sistemleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya işletmek.

z) Afet riski taşıyan veya can ve mal güvenliği açısından tehlike oluşturan binaları tahliye etme ve yıkım konusunda ilçe belediyelerinin talepleri hâlinde her türlü desteği sağlamak.

Belirtilen görev ve sorumluluk alanları arasında turizme doğrudan atıf yapılmamasına rağmen; kentsel altyapı, çevre, temizlik, yeşil alanlar, sosyal ve kültürel hizmetler, işyeri

ruhsatlandırma ve denetleme, mesleki ve beceri kurslar, kültür ve tabiat varlıklarının korunması, ulaştırma hizmetleri, parklar, müzeler, eğlence ve dinlenme yerleri, planlama, politika oluşturma, sanat, ekonomi ve ticaret gibi doğrudan ve dolaylı olarak turizmle ilgili alanların yer alması coğrafi yerinden yönetim birimi olarak büyükşehir belediyesinin önemini ortaya koymaktadır.

Kamu Kurumu Niteliğindeki Mesleki Kuruluşlar: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB): 14/9/1972 tarihli ve 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliğine Dair Kanun'un 2 nci kısmında Seyahat Acentaları Birliği'nin amaç ve kuruluşu şöyle açıklanmaktadır (Resmi Gazete, 1972: 14320):

Madde 32 – Seyahat acentaları, seyahat acentalığı mesleğinin yurt ekonomisi ve turizmine uygun surette gelişmesini sağlayıcı tedbirleri almak ve mesleki ahlak ve tesanüdü korumak amacıyla Seyahat Acentaları Birliği altında tüzel kişiliği haiz bir birlik kurarlar. Seyahat acentalarının bu birliğe üye olmaları zorunludur.

Seyahat Acentaları Birliğinin merkezi Ankara'dadır.

II – Birliğin görevleri

Madde 33 – Seyahat Acentaları Birliğinin görevi, pazar araştırmaları ve seyahat acentacılığı konusunda incelemeler yapmak, birlik üyeleri arasındaki haksız rekabetin önlenmesi hususunda gerekli tedbirler almak, seyahat acentaları personelinin yetiştirilmesi için kurslar ve seminerler düzenlemek, Bakanlıkça istendiğinde görüş bildirmek, uluslararası kuruluşlarda seyahat acentalarını temsil etmek, bu kanunda ve 34 üncü maddenin son fıkrasında bahsedilen yönetmelikte belirtilen diğer görevleri ifa etmektir.

Birlik, acentacılık mesleğinin vakar ve haysiyetine uymayan hareketlerden dolayı birlik üyelerine disiplin cezası verir. Bunun ayrıntıları yönetmelikte belirtilir.

Turist Rehberleri Birliği (TUREB): 7/6/2012 tarihli ve 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun Amaç ve Kapsam başlıklı 1 inci maddesinde şu ifadelere yer verilmektedir (Resmi Gazete, 2012: 28331):

MADDE 1 – (1) Bu Kanunun amacı; turist rehberliği mesleğine kabule, mesleğin icrasına ve turist rehberliği meslek kuruluşlarının kuruluş ve işleyişine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

(2) Bu Kanun; turist rehberliği mesleğine kabule, meslek içi eğitime ve mesleğin icrasına, turist rehberleri odaları ile turist rehberleri odaları birliklerinin kuruluşuna, organlarının niteliklerine ve seçimlerine, organlık niteliğini yitirme hâl ve usullerine, görev ve yetkilerine, çalışma usullerine, üyeleri ile olan karşılıklı hak ve yükümlülüklerine, gelir ve giderleri ile bütçelerine, Kültür ve Turizm Bakanlığının mesleğe ilişkin görev ve yetkilerine, meslek kuruluşlarıyla iş birliğine ve turist rehberliği meslek kuruluşlarının Bakanlıkça denetlenmesine ilişkin usul ve esasları kapsar.

TUROB (Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği), TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu), TYD (Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği), TÜRES (Tüm

Restoranlar, Lokantalar ve Tedarikçiler Derneği), TUYED (Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği) ve TOLEYİS (Türkiye Otel Lokanta Dinlenme Yerleri İşçileri Sendikası) gibi turizmle ilgili birçok dernek, vakıf ve birlik bulunmaktadır. Bununla birlikte, sadece TÜRSAB ve TUREB'in bir meslek kanunu olması nedeniyle diğer dernek, vakıf ve birlikler bu araştırma kapsamının dışında tutulmuştur.

Yetki, görev ve sorumluluk alanları mevzuat ile belirlenen kamu yönetimi birimlerinden yeni bilgilerin elde edilemeyeceği öngörüsü nedeniyle, araştırma kapsamında belirlenen ölçütleri karşılayan 20 akademisyen ile yüz yüze yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan araştırmacının, TDY sürecinde yer alması gerektiği düşünülen; kamu yönetimi temsilcilerinin, özel sektör temsilcilerinin, mesleki birlik temsilcilerinin, akademisyenlerin, sivil toplum kuruluşu temsilcilerinin, yerel toplum temsilcileri ile yerli ve yabancı turistlerin temsil edildiği ve 8-10 kişiden oluşan 3 ya da 4 odak grup görüşmesi yapma hedefi, araştırmacının mali ve zaman kaynağı yetersizliğinin yanı sıra birbirinden farklı çok sayıda tarafı belirli bir tarih ve saatte bir araya getirme güçlüğü nedeniyle gerçekleştirilememiştir.

4.4. Araştırmanın Deseni

Araştırma kapsamında, derinlemesine bilgilere ihtiyaç duyulması ve bu bilgilerin, araştırma konusu hakkında bilgi sahibi olduğu düşünülen uzman kişiler olarak akademisyenlerden elde edilmek istenmesi nedeniyle araştırma deseni, nitel yaklaşım doğrultusunda oluşturulmuştur. Nitel bir yaklaşımın benimsendiği bu araştırma, türü bakımından keşfedici bir araştırmadır.

Gegez'e göre (2007: 37) keşifsel araştırmalar; "Daha çok kalitatif olma eğiliminde olan keşifsel çalışmalar, problemi ve problemin boyutlarını ortaya çıkarmaya yöneliktir. Genellikle araştırma problemi veya araştırma konusuna ilişkin daha önceden yapılmış çalışmaların olmadığı durumlarda keşifsel araştırmalar devreye girer." şeklinde ifade edilmektedir. Keşfedici çalışmalarda, araştırma sorusu araştırmacı tarafından belirlenir ve tanım, istatistikî veri, ölçüm, gözlem, mülakat, anket ve deney gibi yollarla elde edilen veriler aracılığıyla cevaplandırılarak; ilişki bulma veya durum saptama gerçekleştirilir (Seyidoğlu, 2009: 37).

Karasar'a (2004: 33) göre: "Araştırma yöntemi, problem çözümü için gerekli verilerin toplanması, analizi (çözümü) ve yorumlanması işlemlerini içerir." Nitel araştırma

yöntemleri giderek artan bir biçimde sosyal bilimler ve uygulamalı bilimlerde önemli bir araştırma yöntemi haline gelmektedir (Marshall ve Rossman (2011: 1). Proctor (2003: 528) nitel araştırmayı; "Genellikle küçük örneklerle çalışılan ve araştırmada ele alınan konular üzerine katılımcıların düşünceleri hakkında tanımlayıcı bilgiler elde etmeye yönelik araştırma yöntemleri." şeklinde ifade etmektedir.

Nitel araştırmada verilerin anlamlarıyla ilgilenilmektedir (Dey, 1993: 3). Nitel araştırma, araştırma bulgularının nicelik olarak ifade edilmediği ve nicel analizlerin yapılmadığı araştırmalardır (Proctor, 2003: 208). Nitel araştırma; katılımlı veya katılımsız gözlem, yapılandırılmamış görüşme, grup görüşmesi ve belgesel materyallerin toplanması yöntemleriyle; alan notları, görüşme dökümleri, dokümanlar, fotoğraflar, çizimler ve video kayıtları gibi verilerin elde edildiği araştırmadır (Dey, 1993: 15).

Tablo 9
Nitel ve Nicel Araştırmaların Karşılaştırılması

Karşılaştırma Ölçütü	Nitel Araştırma	Nicel Araştırma
Soruların Türü	İrdeleyici	İrdeleyici değil
Örneklem Büyüklüğü	Küçük (12'den az)	Büyük
Katılımcı Başına Elde Edilen Bilgi	Çok fazla	Çeşitli
Uygulama	Özel niteliklere sahip anketörler gerektirir	Daha az özel nitelik gerektirir
Analiz Türleri	Öznel, yorumlayıcı	İstatistiksel
Gerekli Ekipman	Kaset kaydediciler, projeksiyon aletleri, resimler, grup akışları	-
Tekrarlanma Kolaylığı	Zor	Kolay
Gerekli Araştırmacı Eğitimi	Psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji, tüketici davranışları, pazarlama, pazarlama araştırması	İstatistik, karar verme modelleri, karar destek sistemleri, bilgisayar programlama, pazarlama, pazarlama araştırması
Araştırma Türü	Keşifsel	Tanımlayıcı ya da nedensel
Amaç	Davranış veya niteliklerin derinlemesine anlaşılması	Davranış veya niteliklerin sayımı
Yaklaşım	Büyük ölçüde yapılandırılmamış	Yapılandırılmış
Evrenin Temsil Edilmesi	Hayır	Tesadüfiye Evet
Görüşmecinin Yeterliliği	Yüksek	Orta-Düşük
Görüşme Süresi	Uzun (30 dakikadan fazla)	Kısa (30 dakikadan az)

Kaynak: Proctor, 2003: 208; Davis, 2005: 307'den uyarlanmıştır.

Tablo 9’da nitel ve nicel araştırma arasındaki farklılıklar; soruların türü, örneklem büyüklüğü, analiz ve araştırma türü ile görüşme süresi gibi çeşitli karşılaştırma ölçütleri bağlamında verilmiştir.

Nitel araştırmalar, küçük farklılıkları büyük örneklerle yapılan nicel araştırmalar kadar kolay ortaya çıkaramaz. Ayrıca nitel yaklaşımın benimsendiği araştırmalarda evreni temsil eden örneklerin sağlanmasında da sınırlıklar vardır (Proctor, 2003: 209). "Nitel araştırmalarda araştırmacı, verileri teker teker okuyarak, kodlar ve kategorize eder. Bu elde ettiği kodlara ve kategorilere dayalı olarak araştırma sonuçlarını ortaya koyar (Merriam, 1998: 58; aktaran Karadağ, 2009: 76)." Nitel araştırmalarda; katılımcılarla görüşen, olayı, fiziksel alanı vb. gözlemleyen ve inceleyen araştırmacının kendisi olduğu için araştırmacı çalışmada aktif rol alır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, araştırmacının bu aktif rol alma sürecinde yönlendirici konumunda olmamasıdır (Yükselen, 2009: 196).

Toplumsal bilimler alanında yapılan araştırmaların konusunun insan davranışları ve toplumsal kurumlar olması nedeniyle, her yerde ve her zaman geçerli ve değişmez yasalara ulaşılması çok güçtür (Seyidoğlu, 2009: 20). Bu nedenle Yıldırım ve Şimşek'in (2008: 48) de "Nitel yaklaşımın benimsendiği çalışmalarda araştırılan konu ile ilgili betimsel ve gerçekçi bir resmin sunulması amaçlanmaktadır" şeklindeki ifadelerinde belirtildiği gibi bu çalışmada da belirlenen amaç çerçevesinde betimsel ve gerçekçi bir resme odaklanılmıştır.

4.5.Araştırmanın Doğrulama Ölçütleri (Geçerlilik ve Güvenilirlik)

Gegez (2007: 214) geçerlilik ve güvenilirlik arasındaki ilişkiyi; "Geçerlilik aynı şeyi farklı yöntemlerle ölçme ve aynı sonucu elde etme amacına dayanırken, güvenilirlik aynı şeyi aynı yöntemlerle ölçme ve aynı sonucu elde etme çabasına dayalıdır. Bu yüzden eğer ölçüm geçerli ise güvenilirlik zaten sağlanmış sayılır." şeklinde açıklamaktadır. Gegez'e göre (2007: 212) yapılan araştırmanın bulgularıyla ilgili güvenilirlik kavramı, araştırmanın tekrarlanması halinde katılımcıların, durumlarında bir değişiklik olmadığı sürece aynı cevapları verip vermeyeceklerini ifade etmektedir. Davis (2005: 185) veri toplama aracının araştırılan konuyla ilgili yeterli miktarda soruyu barındırması olarak ifade ettiği iç geçerliliğin sağlanması için izlenmesi gereken dört yol belirtmiştir:

1. Tüm muhtemel kavramların ölçekte yer alması için kapsamlı bir alanyazın taraması yapmak.
2. Ölçekte yer alan sorularla ilgili uzman görüşlerine başvurmak.
3. Araştırma evreninin niteliklerine benzer bir grup katılımcıyla ön test (pilot) yaparak ölçeği test etmek.
4. Gerekli düzeltme ve değişiklikleri yapmak.

Mayring (2011: 142) nitel araştırmalarda geçerliliği, veri toplama aracının neyi ölçmek istiyorsa onu ölçebilmesinin değerlendirilmesi; güvenilirliği ise doğruluğu, ölçümün ve yaklaşımın doğruluğuyla ilgili olduğunu ifade etmektedir. Türnüklü (2000: 549) ise nicel araştırmalarda, ölçme aracına ilişkin olarak kullanılan geçerlilik ve güvenilirlik kavramlarının nitel araştırmalarda farklı anlamda kullanıldığını savunmaktadır.

Mayring (2011: 143-148) insanların, durumsal koşullara göre sürekli bir değişim halinde oldukları için başta fizik ve tıp gibi alanlarda gerçekleştirilen nicel araştırmalarda kullanılan geçerlilik ve güvenilirlik teknikleri yerine nitel yönelimli doğrulama ölçütlerinin geliştirilmesi gerektiğini ifade ederek nitel araştırmalarda: yol ve tekniklerin belirlenmesi, yorumlama biçiminin argümantasyonu, kurallı olması, olguya yakınlık, iletişimsel geçiş ve sacayağı olmak üzere altı doğrulama ölçütünün (geçerlilik ve güvenilirlik) bulunduğunu belirtmektedir.

Bu araştırmada; araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, araştırma soruları, yöntemi, örnekleme, araştırma verilerinin toplanması, verilerin analiz süreci ve elde edilen bulguların yorumlanması gibi araştırmada izlenen yol ve tekniklere ilişkin bilgiler, araştırmanın dördüncü bölümünde başlıklar halinde detaylı bir şekilde açıklanmaktadır. Gerek çalışmanın kavramsal açıklamalarının yapıldığı ve ilgili yazında yer alan çalışmaların incelendiği bölümlerde gerekse araştırma kapsamında elde edilen bulguların yorumlanması sürecinde, argümantatif bir yaklaşım benimsenerek benzer, farklı ve karşıt düşünce, görüş ve yorumlara yer verilmektedir. Örnekleme oluşturan katılımcılarla doğrudan iletişime geçilerek, görüşmelerin iyi niyet ve güven ortamında, araştırmacı ile katılımcılar arasında yakın ilişki kurularak gerçekleştirilmesi arzulanmıştır. Ayrıca, katılımcıların farklı ilgi alanlarına sahip uzman kişiler olmasına özen gösterilerek, araştırma konusu kapsamında farklı, zengin ve mümkün olabildiği ölçüde kapsamlı bir veri setine ulaşılması amaçlanmıştır. Araştırmanın veri toplama

aracı olan soru formunun hazırlık, oluşturma ve nihai hale getirme aşamaları, veri toplama yöntemi başlığı altında ayrıntılı bir biçimde açıklanmaktadır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelere ilişkin ses kayıtları sesli ve metin şeklinde bilgisayar ortamına aktarılarak, muhtemel doğrulama taleplerine karşı saklanmaktadır. Katılımcı ifadeleri, herhangi bir değişiklik yapılmadan aynen aktarılarak, araştırma sorularına verilen katılımcı yanıtlarının araştırmacı dışında diğer kişiler tarafından da görülmesine imkân tanınmıştır. Daha sonra katılımcıların benzer, farklı ve karşıt ifadeleri üzerinde yorumlama yoluna gidilmiştir.

4.6. Araştırmanın Örnekleme

Proctor'a göre (2003: 105-110) içindeki her bir unsurun bilinen bir seçilme şansına sahip olduğu olasılık hesabına dayanan (basit rassal örnekleme, rassal yürüme yöntemiyle örnekleme, tabakalı rassal örnekleme, kümeleme yöntemiyle örnekleme, sistematik örnekleme) ve katılımcıların maksatlı olarak seçildiği olasılık hesabına dayalı olmayan (kotalı örnekleme, hazır örneklem, yargıya dayalı örnekleme) iki örnekleme yöntemi bulunmaktadır. Gegez'e göre (2007: 249) tesadüfî olmayan örnekleme yöntemleri dörde ayrılır:

- Kolayda örnekleme: Örneğe seçilecek bireylerden sadece ulaşılabilir olanların örnek kapsamına dâhil edilmesini içerir.
- Yargısal (kasıtlı/iradi) örnekleme: Örnek kapsamına alınacak bireyler, araştırmacı tarafından ana kütleyi temsil edebileceğini düşündüğü bir kitleden kendi yargılarına göre belirlenir.
- Kota örnekleme: Örneklemin önceden belirlenen kriterler ışığında her türlü nitelikleriyle ana kütleyi temsil etmesidir.
- Kartopu örnekleme: Ulaşılacak istenen anakütleyi belirlemenin zor olduğu ve araştırmacının elde ettiği örnekleme çerçevesinin fazla sayıda örnek bireyi kapsamadığı durumlarda başvurulan bir yöntemdir.

Davis'e göre (2005: 250) yargısal, kolayda ve kartopu olmak üzere üç tür tesadüfî olmayan örnekleme yöntemi bulunmaktadır. Tablo 10'da tesadüfî olan ve tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerine ilişkin faktörler karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir.

Tablo 10
Tesadüfi Olan/Tesadüfi Olmayan Örneklem Yöntemi Seçimi

Faktörler	Tesadüfi Olmayan Örneklem	Tesadüfi Olan Örneklem
Araştırma Türü	Keşifsel	Sonuçlandırıcı
Hata Büyüklüğü	Örneklem Dışı Hata Büyük	Örneklem Hatası Büyük
Anakütle Değişkenliği	Homojen (düşük)	Heterojen (yüksek)
İstatistiksel Koşullar	Uygun Değil	Uygun
Operasyonel Koşullar	Uygun	Uygun Değil

Kaynak: Malhotra, 1999: 347; aktaran Gegez, 2007: 253.

Yargısal örneklem, araştırma örnekleminin belirlenmesinde rastlantı ilkesi yerine, araştırma konusu hakkında bilgi sahibi olan ve ana kütleli temsil edeceği düşünülen kişi veya grubun seçilmesidir (Seyidoğlu, 2009: 44). Proctor (2003: 530) yargıya dayalı örneklemeyi; "Bir çalışmada ilgilenilen anakütleli temsil ettiği düşünüldüğü için ya da araştırma çalışmasının gerekliliklerini uyduğu için seçilmiş örneklem." şeklinde tanımlamaktadır. Ölçüt örneklem, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların çalışılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 87-112). Örneklemi oluşturan bireylerin araştırmacının kendi kararına göre seçildiği yargısal örneklemede, örneklem büyüklüğünün yeterli olup olmadığına da araştırmacı tarafından veri toplama sürecinde karar verilir (Yükselen, 2009: 49).

Nitel araştırmalar küçük örneklemle gerçekleştirilir ve bu durum eleştirilerin odak noktasını oluşturmaktadır (Proctor, 2003: 208). Bununla birlikte, veri toplama aracı olarak görüşme tekniğinin kullanıldığı nitel araştırmalarda, örneklem belirlerken dikkat edilecek nokta, örneklemin niceliksel değerinden ziyade araştırmacının ihtiyaç duyduğu bilgiyi ne ölçüde sunabildiğidir. Bu nedenle örneklemin belirlenmesi sürecinde niceliksel temsil edilebilirlik yerine araştırmanın amacı temel alınmalıdır (Türnüklü, 2000: 548).

Proctor'a göre (2003: 111) yargıya dayalı örneklem yöntemi, evren için geçerli ya da temsili nitelikte olduğuna inanılan unsurların seçimine dayanmakla birlikte bu yöntemde, sağlıklı yargıda bulunmak ve tecrübe de önem arz etmektedir. Uzmanlarla görüşmede (experience research) dikkat edilmesi gereken nokta, araştırma konusuna ilişkin bilgi sahibi olmayan kişilerle yapılan bir çalışma zaman kaybının yanı sıra yanlış sonuçlara ulaşılmasına da neden olur (Gegez, 2007: 41).

Bu araştırmada, olasılığa dayalı olmayan yargısal (kasıtlı/iradi/amaçlı) örnekleme yöntemlerinden olan “Ölçüt Örnekleme” yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem ile araştırmacı tarafından belirlenen ölçütleri karşılayan ve araştırma konusu hakkında bilgi sahibi olduğu düşünölen kişilere ulaşılmak istenmiştir.

Araştırma kapsamında gerekli olan yeterli veriye ulaşıncaya kadar veri toplama sürecine devam edileceği için örnekleme sayısı belirleme yoluna gidilmemiştir. Ayrıca araştırmacı için sınırlı olan zaman ve maddi kaynakların etkin ve verimli bir biçimde kullanılması hedeflenmiştir. Örneklemin tespit edilmesi sürecinde kullanılmak üzere; "Görüşme" başlığı altında 3, "Araştırmacı" başlığı altında 5 ve "Katılımcı" başlığı altında 7 olmak üzere toplam 15 ölçüt belirlenmiştir. Belirlenen bu ölçütler, aşağıda ayrıntılı bir biçimde ifade edilmektedir.

A. Görüşme (Üç ölçütün tamamı karşılanmalıdır.)

- 1) Görüşme zamanı, araştırmanın veri toplama aşaması için belirlenen 01.03.2014 – 31.05.2014 zaman aralığında olmalıdır.
- 2) Her bir görüşmenin gerçekleştirilebilmesi için katlanılacak parasal maliyet 250 Türk Lirasını aşmamalıdır.
- 3) Her bir görüşmenin gerçekleştirilebilmesi için katlanılacak zaman, ulaşım ve konaklama dâhil 2 günü aşmamalıdır.

B. Araştırmacı (Beş ölçütün tamamı karşılanmalıdır.)

- 1) Araştırmacı, turizm destinasyonu yönetimi konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmakla birlikte araştırma konusuna hâkim bir yetkinlikte olmalıdır.
- 2) Araştırmacı, kamu yönetimi konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmakla birlikte araştırma konusuna hâkim bir yetkinlikte olmalıdır.
- 3) Araştırmacı, veri toplama için belirlenen 01.03.2014 – 31.05.2014 zaman aralığında görüşmeler için uygun olmalıdır.
- 4) Araştırmacı, her bir görüşme için maksimum maliyet olarak belirlenen 250 Türk Lirasını karşılayabilecek mali güce sahip olmalıdır.
- 5) Araştırmacı, her bir görüşme için maksimum zaman olarak belirlenen 2 günlük süreye sahip olmalıdır.

C. Katılımcı (Yedi ölçütün ilk dördü zorunlu olmak üzere en az beş ölçüt karşılanmalıdır.)

- 1) Katılımcı, iletişime geçilebilir ve ulaşılabilir olmalıdır.

- 2) Katılımcı, en az 60 dakikalık bir yüz yüze görüşme talebini kabul etmelidir.
- 3) Kabul edilen görüşme zamanı, araştırmanın veri toplama aşaması için belirlenen 01.03.2014 – 31.05.2014 zaman aralığında olmalıdır.
- 4) Katılımcı, bir devlet veya vakıf üniversitesinde; Profesör, Doçent veya Yardımcı Doçent unvanına sahip bir akademisyen olarak görev yapıyor olmalıdır.
- 5) Katılımcı, Turizm Destinasyonu Yönetimi ile ilgili bir ön lisans, lisans veya lisansüstü düzeyde ders vermiş ve/veya veriyor olmalıdır.
- 6) Katılımcı, Turizm Destinasyonu Yönetimi ve/veya kamu yönetimi - turizm alanlarını birlikte ele alan bilimsel çalışmalar yapmış ve/veya yapıyor olmalıdır.
- 7) Katılımcının uzmanlık alanı, Turizm ve/veya Kamu Yönetimi alanından başka aşağıda belirtilen uzmanlık alanlarından en az bir uzmanlık alanını daha kapsamalıdır.
 - Yerel Yönetimler
 - Merkezi Yönetim
 - Kentleşme
 - Mimarlık
 - Politika & Planlama
 - Stratejik Yönetim
 - Yönetim & Organizasyon
 - Yönetişim
 - Güvenlik & Sağlık
 - Finans & Muhasebe
 - Pazarlama
 - Ekonomi
 - İşletme
 - Çevre
 - Hukuk
 - Sosyoloji
 - Coğrafya

Araştırma örnekleme, belirlenen bu ölçütler ışığında tespit edilmiştir. Bu kapsamda, ilk önce, "görüşme" başlığı altında belirlenen üç ölçüt göz önünde bulundurularak

araştırmacının "araştırmacı" başlığı altında belirlenen ölçütleri karşılayıp karşılamadığı aşağıda her bir ölçüt için ayrı ayrı değerlendirilmektedir:

1. Araştırmacı, turizm destinasyonu yönetimi konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmakla birlikte araştırma konusuna hâkim bir yetkinlikte olmalıdır.

Araştırmacı, turizm işletmeciliği bölümünde lisans ve yüksek lisans derecelerine sahiptir. Araştırmacı, 2011 yılında "Destinasyon Yönetiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Önemi: İstanbul Örneği" başlıklı bir yüksek lisans tezi hazırlamıştır. Bu yüksek lisans tezi kapsamında, destinasyon yönetimi konusunun yanı sıra kamu yönetiminin yerel yönetimler boyutu da ele alınarak bir araştırma yapılmıştır. Araştırmacı, turizm işletmeciliği bölümünde doktora düzeyinde eğitim-öğretim hayatına devam etmekle birlikte doktora ders dönemi, doktora yeterlilik dönemi, doktora tez konusu belirleme ve doktora tez konusuyla ilgili üç defa tez izleme komitesinin onayını almıştır. Araştırmacının dokuz yıllık turizm eğitim-öğretim süreci, hazırladığı yüksek lisans tezi ve doktora eğitim-öğretim süreci bilgileri ışığında, yeterli düzeyde turizm destinasyonu yönetimi bilgi ve tecrübesine sahip olduğu görülmektedir.

2. Araştırmacı, kamu yönetimi konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmakla birlikte araştırma konusuna hâkim bir yetkinlikte olmalıdır.

Araştırmacı, 2011 yılında "Destinasyon Yönetiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Önemi: İstanbul Örneği" başlıklı bir yüksek lisans tezi hazırlamıştır. Bu yüksek lisans tezinde, destinasyon yönetimi konusunun yanı sıra kamu yönetiminin yerel yönetimler boyutunun da irdelendiği bir araştırma yapılmıştır. Araştırmacı bu süreçte, Türkiye Cumhuriyeti'nin kamu yönetimi yapısını inceleme fırsatı bulmuş ve yüksek lisans tezinde Türkiye Cumhuriyeti'nin kamu yönetimi yapısına ayrıntılı olarak yer vermiştir. Ayrıca, bu yüksek lisans sürecinde, yerel yönetimlerle doğrudan iletişime geçilmesi ve görüşmelerin gerçekleştirilmesi, araştırmacının kısmen de olsa kamu yönetimi birimleri hakkında tecrübe sahibi olmasına katkıda bulunmuştur. Araştırmacı, doktora eğitim-öğretim hayatına başlamadan önce, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetiminin rolünü araştırma konusu olarak belirlemiştir. Bu doğrultuda, bilgi birikimini artırmak amacıyla doktora eğitim-öğretim sürecinin ders döneminde, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı'nda iki ders almıştır. Araştırmacı kamu yönetimi alanında, yetkinliğini

artırmak amacıyla 2012 yılında, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimine başlamış ve ders dönemini tamamlayarak tez aşamasına geçmiştir. Araştırmacının üç yıllık kamu yönetimi eğitim-öğretim süreci, hazırladığı yüksek lisans tezi ve doktora eğitim-öğretim süreci bilgileri ışığında, araştırmacının bu araştırma için yeterli kamu yönetimi bilgi ve tecrübesine sahip olduğu görülmektedir.

3. Veri toplamak için belirlenen 01.03.2014 – 31.05.2014 zaman aralığında görüşmeler için uygun olmalıdır.

Bu ölçüt, örneklem listesinde yer alan katılımcıların randevu taleplerine verecekleri yanıtlara göre değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, belirlenen tarih aralığında randevu talebini kabul eden tüm katılımcılarla görüşmeler sorunsuz bir şekilde yapılmıştır.

4. Her bir görüşme için maksimum maliyet olarak belirlenen 250 Türk Lirasını karşılayabilecek mali güce sahip olmalıdır.

Araştırmacı, kişisel gelirinden veri toplama amacıyla gerçekleştirilecek görüşmeler için 5.000 Türk Lirası ile yeterli veriye ulaşamaması halinde yapılacak ek görüşme ve beklenmeyen durumlara karşı 1.500 Türk Lirası olmak üzere toplam 6.500 Türk Liralık bir bütçe oluşturmuştur.

5. Her bir görüşme için maksimum zaman olarak belirlenen 2 günlük süreye sahip olmalıdır.

Bu ölçüt, örneklem listesinde yer alan katılımcıların randevu taleplerine verecekleri yanıtlara göre değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, belirlenen tarih aralığında randevu talebini kabul eden tüm katılımcılarla görüşmeler belirlenen zaman içerisinde sorunsuz bir şekilde yapılmıştır.

Turizm destinasyonu yönetimi konusunun çok sayıda bilim dalını kapsayan disiplinlerarası bir yapıya sahip olması, araştırma evreninin belirlenmesini güçleştirmiştir. Bu nedenle, araştırma kapsamında evren belirleme yöntemine gidilmemiştir. Bu araştırmanın örneklemini; araştırma konusuyla ilgili doğrudan ya da dolaylı olarak bilimsel çalışmalar yapan kamu ve vakıf üniversitelerinde görev yapan akademisyenler oluşturmaktadır. Örneklem olarak akademisyenlerin tercih edilmesinin temel nedeni, akademisyenlerin araştırma konusuyla ilgili bilgi ve deneyim sahibi oldukları öngörüsüdür. Bu öngörünün dayanağı olarak, akademisyenler tarafından hazırlanan bildiriler, makaleler, lisansüstü tezler ve kitaplar gibi bilimsel çalışmaların

yanı sıra düzenlenen bilimsel kongrelerde gerek merkezi yönetim gerekse yerel yönetim birimlerine yönelik önerilere yer verilmesidir. Araştırmacı tarafından, araştırma konusuyla ilgili doğrudan ya da dolaylı olarak bilimsel çalışmaları olan akademisyenlere, yazın taraması sürecinde ve Türkiye'deki kamu ve vakıf üniversitelerinin internet siteleri taranarak ulaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırmacının, araştırma konusuyla ilgili yeterli verinin elde edildiği kanaatine ulaşıncaya kadar veri toplama sürecine devam edilmesi arzusu nedeniyle, araştırma öncesinde örneklem boyutunun tespit edilmesine yönelik bir örneklem belirleme tekniği kullanılmamıştır. Bununla birlikte, görüşmelerin yapılabilmesi için gerekli zaman ve maddi kaynakların etkin ve verimli kullanımı açısından, öncelikle araştırma kapsamında belirlenen ölçütleri karşılayan 10 kişilik bir örneklem listesi hazırlanmıştır.

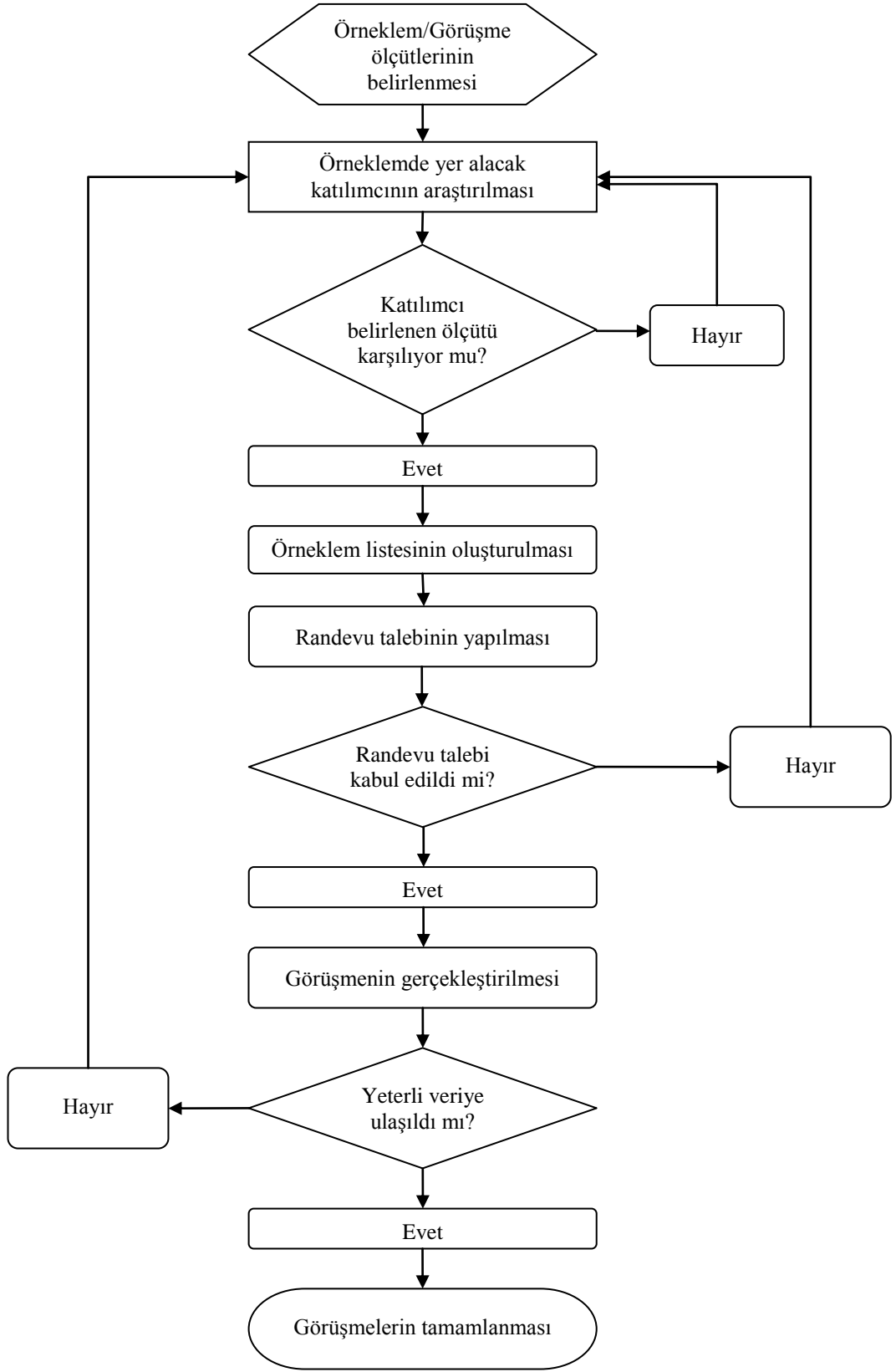
Belirlenen bu 10 kişi ile görüşme için e-posta aracılığıyla iletişime geçilerek randevu talebinde bulunulmuştur. Bu kapsamda, 7 akademisyen görüşme talebini kabul ederken 2 akademisyen ise belirtilen tarihlerde uygun olmadığını ifade ederek görüşme talebine olumsuz yanıt vermiştir. Ayrıca, 1 akademisyenin randevu talebine olumlu ya da olumsuz herhangi bir yanıt vermemesi nedeniyle ikinci defa e-posta yoluyla randevu talebinde bulunulmuştur. İkinci randevu talebine de herhangi bir yanıt vermeyen ve randevu talebine olumsuz yanıt veren akademisyenler görüşme listesinden çıkarılmış, görüşme talebine olumlu yanıt veren akademisyenlerle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmacının, yeterli veriye ulaşılmadığı kanaati nedeniyle ikinci bir 10 kişilik liste hazırlanmıştır. İkinci listede bulunan 10 kişi ile görüşme için e-posta aracılığıyla randevu talebinde bulunulmuştur. 6 akademisyen görüşme talebini kabul ederken, 3 akademisyen ise belirtilen tarihlerde uygun olmadığını ifade ederek görüşme talebine olumsuz yanıt vermiştir. Ayrıca, 1 akademisyenin randevu talebine olumlu ya da olumsuz herhangi bir yanıt vermemesi nedeniyle ikinci defa e-posta yoluyla randevu talebinde bulunulmuştur. İkinci randevu talebine de herhangi bir yanıt vermeyen ve randevu talebine olumsuz yanıt veren akademisyenler görüşme listesinden çıkarılmış, görüşme talebine olumlu yanıt veren akademisyenlerle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmacının, ikinci örneklem listesinde bulunan katılımcılardan da, yeterli verinin elde edilemediği kanaatine varması nedeniyle üçüncü bir 10 kişilik liste hazırlanmıştır. Üçüncü listede bulunan 10 kişi ile görüşme için e-posta aracılığıyla randevu talebinde

bulunulmuştur. 7 akademisyen görüşme talebini kabul ederken 3 akademisyen ise belirtilen tarihlerde uygun olmadığını ifade ederek görüşme talebine olumsuz yanıt vermiştir. Randevu talebine olumsuz yanıt veren akademisyenler görüşme listesinden çıkarılmış ve görüşme talebine olumlu yanıt veren akademisyenlerle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmacının, yeterli veriye ulaşıldığı kanaati nedeniyle veri toplama sürecine son verilmiştir. Bu kapsamda, “Araştırmacı” bölümünde yer alan 5 ölçütün karşılanmasından sonra “Katılımcı” bölümünde belirtilen ölçütleri karşılayan 20 katılımcı araştırmacının örneklemini oluşturmaktadır. Şekil 28'de veri toplama süreci gösterilmektedir.



Şekil 28: Örneklem Belirleme ve Veri Toplama Süreci

Tablo 11
Araştırmanın Örneklemi

Katılımcı No	Karşılanan Ölçüt						
	1	2	3	4	5	6	7
K1	+	+	+	+	+	+	+
K2	+	+	+	+	0	+	+
K3	+	+	+	+	0	+	+
K4	+	+	+	+	0	0	+
K5	+	+	+	+	0	0	+
K6	+	+	+	+	+	+	+
K7	+	+	+	+	0	0	+
K8	+	+	+	+	0	0	+
K9	+	+	+	+	0	0	+
K10	+	+	+	+	0	+	+
K11	+	+	+	+	0	+	+
K12	+	+	+	+	0	0	+
K13	+	+	+	+	0	+	+
K14	+	+	+	+	+	+	+
K15	+	+	+	+	0	+	+
K16	+	+	+	+	+	+	+
K17	+	+	+	+	0	+	+
K18	+	+	+	+	0	+	+
K19	+	+	+	+	+	+	+
K20	+	+	+	+	0	0	+

Not: (+) = Karşılıyor; (0) = Karşılmıyor

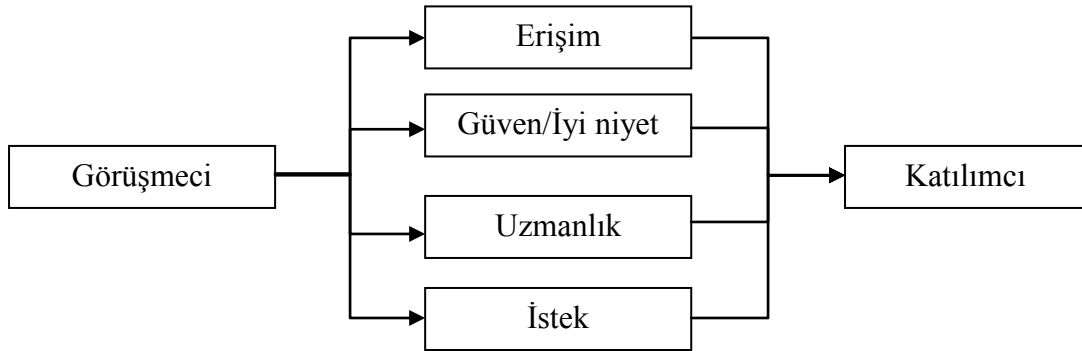
Tablo 11'de örneklemi oluşturan 20 katılımcının karşıladığı ölçütler yer almaktadır. Araştırma örnekleminde yer alacak bir katılımcının, ilk dört ölçütü karşıladıktan sonra diğer üç ölçütten de en az bir tanesini karşılaması gerekmektedir. Böylece, örnekleme yer alacak bir katılımcı, belirlenen ölçütlerden en az beş tanesini karşılamış olacaktır. Tablo 11'e göre, araştırma örnekleminde yer alan 5 katılımcının belirlenen yedi ölçütün tamamını, 8 katılımcının altı ölçütü ve 7 katılımcının beş ölçütü karşıladığı görülmektedir. Bu bağlamda, araştırma örnekleminde yer alan katılımcıların tamamının, belirlenen ölçütleri karşıladığı açıkça görülmektedir.

4.7. Veri Toplama Yöntemi

Bir araştırmada, araştırma için gerekli olan verilerin türü, kaynağı, hangi teknik ve araçlarla, kim tarafından ve ne zaman toplandığının açık bir şekilde belirtilmesi büyük önem taşımaktadır (Karasar, 2004: 35). Punch'a göre (2005: 165) "Nitel araştırmada görüşme, temel veri toplama araçlarındandır." Araştırmacı ile katılımcı arasındaki soru sorma ve yanıt verme süreci görüşme olarak tanımlanmaktadır (Yükselen, 2009: 198).

Bir görüşme bir saat veya daha fazla sürebilir (Davis, 2005: 312). Balcı'ya göre görüşme türleri; planlı-derinliğine ya da eylem mülakat, tam yapılandırılmış-kalıplaştırılmış mülakat ve stres mülakat şeklindedir (1995: 186). Mil'e göre ise yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olmak üzere üç farklı şekilde görüşme tasarlanır (2007: 8).

Araştırılan konunun daha ayrıntılı incelenebilmesi için yeni sorular sorma fırsatı sunması ve yüz yüze yapılmasının, verilerin elde edilmesinde açıklık ve kesinlik kazandırması, görüşme tekniğinin veri toplamada sıkça kullanılmasına neden olmaktadır (Seyidoğlu, 2009: 39). Kişinin bakış açısını yansıtması bakımından nitel araştırmalarda görüşme tekniği kullanılır (Davis, 2005: 312; Mil, 2007: 4). Bireysel görüşme oldukça maliyetli bir veri toplama yöntemidir. Bununla birlikte, araştırmacı ile katılımcı arasında yüksek düzeyde etkileşime olanak vermesi nedeniyle bireysel görüşme çok etkili bir veri toplama yöntemidir (Davis, 2005: 276).



Şekil 29: Başarılı Bir Görüşme İçin Gerekli Koşullar

Kaynak: Davis, 2005: 277.

Şekil 29'da başarılı bir görüşme için gerekli koşullar verilmiştir. Davis'den alınan bu şekle göre görüşmecinin; uzmanlık, istek ve güven gibi koşulları yerine getirmesi halinde ancak başarılı bir görüşmeden bahsedilebilir. Açık uçlu sorularda, katılımcının seçim yapabileceği çoktan seçmeli cevap seti bulunmadığı için katılımcının bu sorulara sınırlandırılmamış bir şekilde özgürce kendi cümleleriyle yanıt vermesine olanak tanınır (Gegez, 2007: 226). Yarı yapılandırılmış görüşmelerde her ne kadar araştırmacı araştırma konusuyla ilgili önceden sorular hazırlasa da görüşme esnasında yeni soruların sorulmasına da olanak tanınır (Mil, 2007: 8). Bu yaklaşımda araştırmacı,

görüşme sürecinde irdelenecek olan sorular veya konuları bir liste halinde önceden hazırlar. Özellikle farklı kişi, kurum veya kuruluşla yapılacak görüşmelerde görüşme formu yaklaşımı sayesinde sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi elde edilmesine ek olarak verilerin tasnifi ve analizi de kolaylaşmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 122).

Nitel verilere dayalı olan bu araştırmada, verilerin toplanması için yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplamak amacıyla yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğinin seçilmesinin temel nedeni, araştırılan konu hakkında uzman kişilerle araştırmacı tarafından yüz yüze derinlemesine bir görüşme gerçekleştirebilmek ve konu hakkında mümkün olabildiği ölçüde detaylı veriye ulaşılacak istenmesidir. Yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği yoluyla, konu hakkında araştırmacı tarafından öngörülemeyen yeni görüş, öneri, fikir ve bilginin elde edilmesine olanak tanınmaktadır.

Bu araştırmada, veri toplama aracı olarak açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formundan yararlanılmıştır. Görüşme süresince, katılımcılardan izin alınarak ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Ses kayıt cihazına ek olarak, araştırmacı tarafından gerekli görülen önemli konularda not tutulmuştur. Görüşme sürecinde, bazı sorular teyit amacıyla tekrar sorulurken, bazı sorular hakkında daha detaylı bilgi elde edilmesi amacıyla sondaj sorular sorulmuştur.

4.7.1. Görüşme Formunun Hazırlık Süreci

Bir araştırmanın en önemli aşamalarından birisi, araştırma için gerekli olan verilerin toplanma aşamasıdır. Verilerin toplanması için gerekli olan bir soru formunun tasarım ve hazırlık sürecinde aşağıdaki aşamalardan geçilmesi gerekmektedir (Proctor, 2003: 181):

1. Ön hazırlıklar
2. Soruların içeriği
3. Soruların ifadesi
4. Cevap şekilleri
5. Soruların sırası
6. Soru formunun düzeni
7. Ön deneme, düzeltme ve soru formunun nihai hali

Bu bağlamda, araştırmanın veri toplama aracı olarak kullanılacak görüşme formunun geliştirilme aşamaları aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

1. Aşama: Araştırmacının, araştırma konusuyla ilgili sahip olduğu bilgi ve akademik çalışmaları ışığında turizm destinasyonu yönetimi, merkezi yönetim ve yerel yönetimler gibi kamu yönetimini oluşturan birimlerin bir turizm destinasyonu yöneti(şi)minde üstlenebileceği ve/veya üstlenmesi gereken roller genel ve alt başlıklar halinde belirlenmiştir.
2. Aşama: Araştırma konusuna yönelik ulusal ve uluslararası bildiri, makale, kitap ve lisansüstü tezler gibi bilimsel çalışmaları kapsayan ilgili yazın taranmıştır. Bu inceleme sürecinde, turizm destinasyonu yöneti(şi)minde öne çıkan unsurlar tespit edilmiştir.
3. Aşama: Araştırmacı tarafından belirlenen roller ile ilgili yazın taraması neticesinde tespit edilen unsurlar birleştirilmiş ve araştırma konusunu kapsayacak bir açık uçlu soru listesi oluşturulmuştur.
4. Aşama: Oluşturulan açık uçlu soru listesi, turizm ekonomisi; turizm ve politika & planlama; kamu yönetimi ve yönetişim; turizm ve stratejik yönetim; turizm ve sosyoloji; kamu yönetimi ve yerel yönetimler; turizm ve yönetim & organizasyon; kamu yönetimi, kentleşme ve evre alanlarında uzman 8 akademisyen tarafından incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda, uzmanlar tarafından sunulan görüş, öneri, olumlu ve olumsuz eleştiriler ışığında, hazırlanan açık uçlu sorularda, birtakım değişiklik ve düzeltmeler yoluyla, soru formunda bazı düzenlemeler yapılmıştır.
5. Aşama: Hazırlanan soru formu "Giriş"; "Görüşme Soruları" ve "Görüşme Sonu" olmak üzere üç bölümden meydana gelmektedir. Giriş bölümünde; araştırmacı ve araştırma konusu hakkında tanıtıcı bilgilerin yanı sıra tahmini görüşme süresi, etik ilkeler ve ses kayıt cihazı gibi araştırma ve görüşme sürecine ilişkin detaylar bulunmaktadır. Görüşme soruları bölümünde; araştırma konusuyla ilgili hazırlanan 11 açık uçlu soru bulunmaktadır. Görüşme sonu bölümünde ise; katılımcıya ilişkin demografik ve uzmanlık alanına ilişkin bilgilerin yanı sıra görüşme yeri, tarihi ve saati gibi görüşmeye ilişkin bilgiler bulunmaktadır.
6. Aşama: Düzenlenen görüşme formunu, nihai hale dönüştürebilmek amacıyla kamu yönetimi ve yönetişim, turizm ve stratejik yönetim alanlarında uzman iki

akademisyen ile ön deneme kapsamında görüşmeler yapılmıştır. Gerçekleştirilen ön deneme aracılığıyla, anlaşılmasında güçlük yaşanan kelime, cümle veya herhangi bir noktanın tespit edilmesi; konunun dağılması, katılımcı ve/veya araştırmacının dikkatinin dağılması gibi görüşme sürecinde yaşanabilecek aksaklıkların tespit edilmesi; tahmini görüşme süresinin ve muhtemel sondaj soruların belirlenmesi hedeflenmiştir.

7. Aşama: Ön deneme çalışması kapsamında tespit edilen unsurlarda, gerekli değişiklik ve düzeltmeler yapılarak görüşme formu nihai hale dönüştürülmüştür.

4.7.2. Ön Deneme

Hazırlanan görüşme formu, kamu yönetimi ve yönetim, turizm ve stratejik yönetim alanlarında uzman iki akademisyen ile ön denemeye tabi tutulmuştur. Ön deneme, veri toplama amacının yanı sıra aşağıda belirtilen öngörülemez durumların belirlenmesi ve gerekli düzenlemeleri yaparak, veri toplama sürecinde muhtemel olumsuzluklarla karşılaşmaması amacıyla gerçekleştirilmiştir:

- Görüşme sorularının açıklığı,
- Soruların katılımcı tarafından kolaylıkla anlaşılıp anlaşılmadığı,
- Soru sayısının yeterliliği,
- Soru içeriklerinin araştırma konusuyla örtüşüp örtüşmediği,
- Görüşme süresinin yaklaşık olarak tespit edilmesi,
- Araştırma konusuyla ilgisiz soruların tespit edilerek soru formundan çıkartılması,
- Araştırma konusuyla ilgili yeni sorulara ihtiyaç olup olmadığının tespit edilmesi,
- Soru sıralamasının uygunluğu.

Ön deneme neticesinde, görüşme sorularının sıralaması ve sayısında herhangi bir değişiklik yapılmasına gerek görülmemiştir. Bununla birlikte, görüşme sorularında yer alan bazı kavramların anlaşılmasında bazı güçlüklerle karşılaşmıştır. Bunun üzerine, ilgili kavramlarda gerekli değişiklikler ve düzenlemeler yapılarak bu güçlükler aşılmaya çalışılmıştır. Ayrıca, araştırmacı ve ilgili yazında tespit edilen bazı konulara katılımcıların değinmemesi üzerine, her soru için bazı sondaj sorular hazırlanarak görüşmeler esnasında bu konuların atlanılmaması sağlanmaya çalışılmıştır. Yine ön görüşmeler ışığında, bir görüşmenin yaklaşık olarak 60 dakika ile 90 dakika arasında süreceği tespit edilmiştir. Böylece, katılımcılardan randevu talebinde bulunurken görüşme süresi hakkında katılımcıları bilgilendirme fırsatı elde edilmiştir.

BÖLÜM 5: VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULARIN YORUMLANMASI

Nitel araştırmalarda, elde edilen verilerden hareketle araştırmacı, bu verilerde bulunan gizli bilgiyi keşfetmeye ve ortaya çıkartmaya çalışmaktadır (Özdemir, 2010: 328). Nitel araştırmalarda verilerin gösteriminde; belirlenmiş satır ve sütunlardan oluşan matrisler ve birbiriyle bağlantılı bir dizi nodülden oluşan şebekeler olmak üzere başlıca iki yol vardır (Proctor, 2003: 316). Nitel araştırmalarda, elde edilen verilerin analizinde uygulanan yöntem ve tekniklerin sınıflandırılması nitel araştırmanın temel ilkelerine aykırı bir durumdur (Özdemir, 2010: 333).

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde, betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda, araştırmanın amaçlarına ulaşmak için hazırlanan genel ve özel araştırma sorularına yer verilmiş ve katılımcılar tarafından verilen yanıtlar "aynen aktarma" yoluyla betimsel olarak sunulmuştur.

Araştırmacının bilgi ve tecrübesi, yazın taraması ve araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler aracılığıyla, turizm destinasyonu yönetiminde öne çıkan unsurlar tespit edilerek bir kod listesi oluşturulmuştur (bakınız Ek3). Oluşturulan bu kod listesindeki benzer ya da aynı kategori altında değerlendirilebilecek kodlar, 34 rol altında toplanmıştır (bakınız Tablo 14). Bu roller, bir turizm destinasyonunun "Başlangıç", "Gelişme", ve "Sürdürme" aşamalarının her birinde yer alacak şekilde düzenlenmiştir. Ayrıca, araştırma kapsamında bir turizm destinasyonu olarak Türkiye; lke, bölge, il ve yöre olmak üzere dört coğrafi birim düzeyinde ele alınmaktadır. Belirlenen bu dört coğrafi birimin, turizm destinasyonu olarak yöneti(şi)mi sürecinde kamu yönetiminin rolü; merkez teşkilatını temsil eden "Kültür ve Turizm Bakanlığı" ve taşra teşkilatını temsil eden "İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü" ile yerinden yönetimin coğrafi/yer yerinden yönetim teşkilatını temsil eden "Büyükşehir Belediyesi" ve fonksiyonel/hizmet yerinden yönetim teşkilatını temsil eden "Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşları (TÜRSAB-TUREB)" birimleri üzerinden tespit edilmeye çalışılmıştır.

5.1.Örneklem ve Görüşmelere İlişkin Temel Bilgiler

Görüşme talebini kabul eden 20 kişiyle yüz yüze yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması sürecinde 19 görüşme için katılımcıların onayı

alınarak ses kayıt cihazı ve not defteri kullanılırken, 1 görüşme için ses kayıt cihazı kullanılmamıştır. Araştırmanın etik boyutu açısından katılımcıların kimlik bilgileri ve görev yaptıkları üniversitelerin açıkça referans gösterilmesinin uygun olmaması nedeniyle katılımcılar; "K1= 1. Katılımcı", "K2= 2. Katılımcı", "K3= 3. Katılımcı", ..., "K20= 20. Katılımcı" şeklinde kodlanmıştır. Görüşme talebine olumsuz yanıt veren ve herhangi bir yanıt vermeyen akademisyenler için kodlama yoluna gidilmemiştir. Bu kapsamda, görüşmelere ve araştırmaya katılan 20 katılımcıya ilişkin temel tanımlayıcı bilgiler Tablo 12'de yer almaktadır.

Tablo 12
Katılımcı ve Görüşmelere İlişkin Temel Tanımlayıcı Bilgiler

Katılımcı				
No	Cinsiyet	Yaş	Unvan	Uzmanlık Alanı
K1	Erkek	31-40	Doçent	Stratejik Yönetim, Çevre, Turizm
K2	Erkek	41-50	Profesör	Politika & Planlama, Yönetişim, Kamu Yönetimi
K3	Kadın	41-50	Yardımcı Doçent	Politika & Planlama, Pazarlama, Yönetim & Organizasyon, Turizm
K4	Erkek	61 ve üstü	Profesör	İşletme, Ekonomi, Turizm
K5	Erkek	41-50	Yardımcı Doçent	Ekonomi, Finans & Muhasebe, Pazarlama, Turizm
K6	Erkek	41-50	Yardımcı Doçent	Pazarlama, Turizm
K7	Erkek	31-40	Doçent	Turizm
K8	Erkek	41-50	Profesör	Yönetim & Organizasyon, Pazarlama, Turizm
K9	Erkek	31-40	Doçent	Stratejik Yönetim, Turizm
K10	Erkek	61 ve üstü	Profesör	Turizm
K11	Erkek	41-50	Profesör	Politika & Planlama, Yönetişim, Pazarlama, Yönetim & Organizasyon, Turizm
K12	Erkek	61 ve üstü	Yardımcı Doçent	Ekonomi, Turizm
K13	Erkek	41-50	Profesör	Yönetişim, Coğrafya, Çevre, Turizm
K14	Kadın	31-40	Doçent	Pazarlama, Turizm
K15	Erkek	51-60	Profesör	Politika & Planlama, Ekonomi, Pazarlama, Turizm
K16	Kadın	51-60	Doçent	Stratejik Yönetim, Pazarlama, Turizm
K17	Kadın	61 ve üstü	Profesör	Politika & Planlama, İşletme, Turizm
K18	Erkek	41-50	Doçent	Politika & Planlama, Uluslararası İlişkiler, Kamu Yönetimi, Turizm
K19	Erkek	31-40	Doçent	Politika & Planlama, Kentleşme, Ekonomi, Pazarlama, Turizm, Kamu Yönetimi
K20	Erkek	51-60	Profesör	Pazarlama, Turizm
Görüşme				
Randevu Talebi Sayısı				30
Gerçekleştirilen Görüşme Sayısı				20
Gerçekleştirilemeyen Görüşme Sayısı				10
Ortalama Görüşme Süresi				64 dakika
Toplam Görüşme Süresi				1280 dakika
Görüşme Tarih Aralığı				01/03/2014 – 31/05/2014
Görüşme Kayıt Aracı				Ses kayıt cihazı ve not defteri

Tablo 12'ye bakıldığında, 4 katılımcının kadın, 16 katılımcının erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde ise, 5 katılımcının yaşı 31-40 yaş aralığında, 8 katılımcının yaşı 41-50 yaş aralığında, 3 katılımcının yaşı 51-60 yaş aralığında ve 4 katılımcının yaşının 61 ve üstünde olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların unvanlarına bakıldığında, 9 katılımcının profesör, 7 katılımcının doçent ve 4 katılımcının da yardımcı doçent unvanına sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcılar uzmanlık alanlarına göre incelendiğinde ise, katılımcılardan 19 kişinin "turizm"; 3 kişinin "stratejik yönetim"; 2 kişinin "çevre"; 7 kişinin "politika & planlama"; 3 kişinin "yönetişim"; 3 kişinin "kamu yönetimi"; 10 kişinin "pazarlama"; 3 kişinin "yönetim & organizasyon"; 2 kişinin "işletme"; 5 kişinin "ekonomi"; 1 kişinin "finans & muhasebe"; 1 kişinin "coğrafya"; 1 kişinin "uluslararası ilişkiler" ve 1 kişinin de "kentleşme" konularını uzmanlık alanı olarak belirttikleri anlaşılmaktadır. Turizmin disiplinlerarası bir yapıya sahip olması nedeniyle, katılımcıların birden fazla alanı uzmanlık alanı olarak belirtmelerine olanak tanınmıştır.

Verilerin çözümlenmesi sonucunda ortaya çıkan bulguların yorumlanması, veri analizinin son aşamasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, elde edilen verilerin anlamlandırılması sonucunda ortaya çıkan bulgular incelenerek, benzer, farklı ve karşıt ifadeler üzerinde yorumlar yapılmıştır.

Bu araştırma aracılığıyla elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular ve bulguların yorumlanması sürecinde yer alan ifadeler tek doğru, geçerli, mükemmel, evrensel ve genellenebilir nitelikte değildir. Araştırma kapsamında ortaya çıkan bulgular ve bulguların yorumu, gerek araştırmacı gerekse katılımcıların araştırma konusuyla ilgili sahip oldukları mevcut paradigmayla yakın ilişkilidir. Dolayısıyla, ortaya çıkan bulgular ve bulguların yorumlanması; araştırmacının yapıldığı zaman, katılımcılar ve araştırmacıdan bağımsız değildir.

5.2. Turizm Destinasyonu ve Turizm Destinasyonu Yöneti(şi)mine İlişkin Bulgular

Bu bölümde, araştırmanın temel kavramsal çerçevesine ilişkin hazırlanan araştırma sorularına ilişkin katılımcı değerlendirmeleri yer almaktadır. Bu kapsamda, öncelikle turizm destinasyonu ifadesine yönelik elde edilen bulgulara yer verilmiştir. İkinci olarak, bir turizm destinasyonunda bulunan paydaşların belirlenmesine ilişkin bulgular yer almaktadır. Üçüncü olarak, turizm destinasyonu yöneti(şi)mine ilişkin bulgular yer almaktadır. Dördüncü ve beşinci olarak sırasıyla, turizm destinasyonu yöneti(şi)mi yaklaşımlarına ve turizm destinasyonu yöneti(şi)minde üstlenilmesi gereken rollerin tespitine ilişkin bulgulara yer verilmektedir.

5.2.1. Turizm Destinasyonuna İlişkin Bulgular

Turizm destinasyonu kavramı hakkında, öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, kavram açıklanmaya çalışılacaktır.

Özel Araştırma Sorusu 1: Turizm destinasyonu kavramı neyi ifade etmektedir?

K3: *"Turistik olarak gidilecek yer anlamına gelmektedir."*

K5: *"Turistlerin ziyaret etmek istedikleri her yer bana göre destinasyondur."*

K3 ve K5, turizm destinasyonu kavramını "gidilecek yer" ve "ziyaret edilmek istenen yer" şeklinde ifade etmektedir. Ancak bu ifadelerin, turizm destinasyonu kavramını açıklamada yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Turizm destinasyonuna sadece "gidilecek yer" veya "ziyaret edilmek istenen yer" olarak bakmak bu kavramın içeriği konusunda açıklayıcı bir bilgi vermemektedir.

K1: *"Bence, turizm destinasyonu, bir turistin belli bir ihtiyaçlar kombinasyonunu karşılayacak çekiciliklere sahip coğrafi bölgedir."*

K1 ise turizm destinasyonu kavramı için coğrafi bir bölge ifadesini kullanmış ve turistlerin belirli ihtiyaçlarının karşılanmasına da vurgu yapmıştır. K3 ve K5 ile karşılaştırıldığında K1'in, turizm destinasyonu kavramını daha açık bir hale getirdiği söylenebilir. Ancak turizm destinasyonu kavramının hala açıklanmayan yönlerinin olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, bu konudaki diğer katılımcı ifadelerine yer verilmeye devam edilecektir.

K4: "Destinasyon, turistin ulaşabileceği, coğrafi bir birimdir. Yani fiziki olarak var olan bir birimdir ve ulaşılabilir bir birim olması gerekir. Yani ulaşılamayan yer destinasyon değildir, potansiyel destinasyondur. Dolayısıyla, bir ülke, ülke içindeki bir bölge örneğin Akdeniz Bölgesi, Akdeniz Bölgesi içinde bir şehir örneğin Antalya, Antalya yöresi içinde bir bölge Kemer örneğin. Bunlar hepsi bir destinasyondur."

K4 turizm destinasyonunun ulaşılabilirlik özelliğini öne çıkarmakta ve ulaşılabilir olmayan bir yerin potansiyel turizm destinasyonu olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca coğrafi birim olarak ifade ettiği turizm destinasyonunu; ülke, bölge, şehir ve yöre şeklinde sınıflandırmaktadır. K4'ün, "fiziki olarak var olan bir birimdir" ifadesi dikkat çekmektedir. Günümüzde yaygın olmasa da dünya dışına yapılacak olan seyahatler açısından bu fiziki bir birim koşulunun tartışılabilir hale geleceği düşünülmektedir.

K11: "Turizm destinasyonu çekiciliklerin bulunduğu, ulaşım ve konaklama imkânlarının bulunduğu, çeşitli alışveriş ve eğlence imkânlarının olduğu bir turistik mahaldir."

K6: "Turizm destinasyonu, turistik çekiciliklere sahip işte doğal, tarihi ondan sonra kültürel çekiciliklerden bir ya da birkaçına sahip ve aynı zamanda turizm işletmeleri tarafından turistlerin ihtiyaç duyabileceği hizmetlerin sunulduğu bölgeye turizm destinasyonu diyoruz."

K11 ve K6 turizm destinasyonu kapsamında, çekicilikler ve turizm endüstrisini öne çıkarmaktadır. K11 turizm endüstrisini detaylandırırken, K6 doğal, tarihi ve kültürel şeklinde ayrıntı vererek çekiciliklerden neleri kastettiğini açıklamaktadır. Turizm destinasyonunu K11 "turistik mahal", K6 ise "bölge" olarak tanımlamıştır.

K9: "Turizm destinasyonu dediğimiz zaman aklıma ilk gelen turistik ürünün temel ve en önemli bileşenlerinden birisi aklıma geliyor. Özellikle, son dönemde bu sejour turizm için içerisine girdiğinde, daha da bir önem arz ediyor. Çünkü sejour turizmde destinasyon ön plana çıkıyor, yani yer çekiciliği kavramı, olay çekiciliği, yer çekiciliğini sağlayan temel unsur gibi görüyorum."

K16: "Şimdi turizm destinasyonu bir ürün olarak, bir turizm ürünü olarak görüyorum ben. Tabii ki coğrafi bir anlamı var o turizm destinasyonu ya

belli bir bölge, ülke veya belli bir atraksiyon da olabilir. Ne bileyim bir müze de olabilir bir destinasyon olarak."

K9 ve K16, turizm destinasyonunu bir ürün olarak değerlendirmektedir. K9, turizm destinasyonunun olay ve yer çekiciliğini sağlamasını öne çıkarırken K16, müze gibi bir çekim ögesinin de destinasyon olarak değerlendirilebileceğini ifade etmektedir.

K19: "Bir turizm destinasyonu anlamındaki destinasyon; belli alt ve üstyapıları, çekicilik özelliklerini cazibe unsurlarını barındıran bir fiziksel mekân. Bu bir kıta olabileceği gibi bir köy de olabilir. Ya da birkaç şehrin birleşimi bölge de olabilir, bir mahalle bir cadde de olabilir yerine göre. Küçük mini bir cazibe unsuru."

K19 turizm destinasyonunu, belirli altyapı ve üstyapı olanaklarının yanı sıra çekicilik unsurlarına da sahip fiziksel mekânlar olarak değerlendirmektedir. Dolayısıyla, yeterli altyapı olanaklarına sahip olmayan herhangi bir yerden, turizm destinasyonu olarak bahsetmek için henüz erken. K19'a göre, bu fiziksel mekân kavramı, bir kıta olabileceği gibi bir cazibe unsuru da olabilir.

K7: "İlk çağrışım olarak turizm destinasyonu dediğimde turistin gezip görmek istediği diğerinden kendince farklılaştırdığı bir yer olabilir, bir obje olabilir, bir nesne olabilir, bir ürün olabilir destinasyon dediğimizde. Yani çok küçük bir unsur da olabilir ama daha çok coğrafi anlamda belli bir geniş bölgeyi de kapsayabilir."

K13: "Cazibesi olan gidilecek, gezilecek, görülecek olan yer. Bazen tek bir eser görülmeye değer olabilir. Bu bir arkeolojik kaynak değeri olabilir, bu bir tarihi kaynak değeri olabilir, bu bir kültürel kaynak değeri olabilir, bu bir doğal kaynak değeri olabilir."

K7, K13, K16 ve K19 turizm destinasyonunun bir "obje", "eser", "müze" ve "cazibe unsuru" olabileceğini ifade etmektedir. Destinasyon kavramına sadece "gidilecek yer" ve "varış yeri" olarak bakıldığında bir müze, bir saray ve tarihi bir bina gibi eserler de gidilecek yer ya da varış yeri olarak kabul edilebilir. Ancak turizm destinasyonu, bu tür çekim ögelerine sahip coğrafi bir birimi ifade ettiğinde durum değişmektedir. Bir turist, gittiği bir turizm destinasyonunda birbirinden farklı niteliklere sahip çok sayıda çekim

ögesini ziyaret edebilir. Bu nedenle her bir çekim ögesini turizm destinasyonu olarak ifade etmenin doğru bir yaklaşım olmadığı düşünülmektedir.

K12: *"Şimdi turizm destinasyonu deyince benim aklıma yani şöyle planlı ya da plansız bir yörenin turizme açılması ve orada turizm faktörleri, turistik faaliyetlerin böyle yoğunluğunun olması."*

K14: *"Tabi ki turizm hareketlerinin yoğunlaştığı yer olarak aklıma geliyor. Coğrafi bir nokta. Sonuçta bir ada, bir kent bir şehir hepsi olabilir. Ama turizm hareketleri hangi noktaya yoğunlaşıyorsa orası destinasyondur."*

K15: *"Yani destinasyon dediğiniz zaman bir turistin 24 saatini tam dolu olarak geçireceği mekanlar olarak kastedilir."*

K12 turizm destinasyonunu, bir yörenin planlı ya da plansız bir şekilde turizme açılması ve turistik faaliyetlerin yoğunlaşması şeklinde ifade etmektedir. K14 de turizm destinasyonu olarak, turizm hareketliliğinin yoğunluğuna vurgu yapmakta ve bir adanın da turizm destinasyonu olabileceğini ifade etmektedir. K15 ise, turistin bütün gününü dolu dolu geçirebileceği mekânları turizm destinasyonu olarak kabul etmektedir. K12, K14 ve K15'in ifadelerinden turizm destinasyonunda, turizm hareketliliğinin yoğunluğu ve çok sayıda olanağın sunulması, turistin vaktini verimli bir şekilde geçirmesinin altı çizilmektedir. Ancak, tüm turistlerin 24 saatlerini dolu dolu geçirmeyi arzu edip etmedikleri tartışılabilir. Turistlerin bir bölümü, ziyaretleri süresince sadece konakladıkları tesiste kalmak isteyebilir ya da günün belirli saatlerinde doğa yürüyüşleri veya alışveriş merkezlerini ziyaret etmekle yetinebilir.

K20: *"Bana göre buna iki açıdan bakmak lazım turizm destinasyonuna. Bir ticari olarak bakmak istersek biz bu işe ticari anlamda turizm destinasyonu dediğiniz zaman; turizmin etkilediği yaşamın oradaki sadece işletme bazında değil o şehirdeki, o bölgedeki, o noktadaki diyelim ne dersiniz deyin adına destinasyon olarak yaşamı etkilediği ve yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldiği zaman bence orası tam bir turizm destinasyonu olarak düşünebiliriz. İkinci boyutta bakarsak eğer herhangi bir nokta olabilir. Yani adım attığın X nokta sizin motivasyonunuza bağlı olarak bir destinasyon olabilir."*

K20, turizm destinasyonundan bahsedebilmek için olaya sadece ticari açıdan bakılmamasını, turizm destinasyonundaki tüm yaşamın turizmden etkilenmesinin ve yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesinin gerekliliğinden bahsetmektedir.

Katılımcılar tarafından turizm destinasyonu kavramına yönelik ifadeler incelendiğinde, katılımcıların büyük bir bölümünün turizm destinasyonunun coğrafi bir birim olduğu üzerinde görüş birliğinde oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca turizm destinasyonunun ulaşılabilir olması; doğal, tarihi, kültürel ve diğer çekicilik unsurlarına sahip olması; altyapı olanaklarının yeterince gelişmiş olması; turist ihtiyaçlarının karşılanması için turizm endüstrisinin yeterince gelişmiş olması; küçük bir köyden bir kıtaya kadar çok geniş bir ölçekte turizm destinasyonlarının sınıflandırılabilmesi; turist hareketliliğinin yoğun olarak yaşanması ve turizm destinasyonundaki yaşamı etkilemesi de katılımcılar tarafından vurgulanan unsurlar olarak belirtilebilir.

Katılımcıların, destinasyon ile turizm destinasyonu kavramına ilişkin düşüncelerini ortaya çıkarmak amacıyla katılımcılara, “Her destinasyon bir turizm destinasyonu olarak kabul edilebilir mi?” sondaj sorusu yöneltilmiştir. Bu kapsamda, öne çıkan bazı katılımcı görüşleri değerlendirilecektir.

K1: "Yani her destinasyon, şimdi orada tabi destinasyondan kastım benim doğrudan turizm destinasyonu."

K5: "Evet, fakat potansiyel ve gerçek destinasyon olmak üzere iki kavram ortaya çıkar."

K8: "Her destinasyonu bir turizm destinasyonu sayabiliriz."

K14: "Ben destinasyon deyince direkt turizm destinasyonu demek istiyorum. Tüm destinasyonlara turizm destinasyonu olarak bakıyorum."

K1, K5, K8 ve K14 her destinasyonun bir turizm destinasyonu olarak kabul edilebileceğini belirtmektedir. Ancak turizm destinasyonuna ilişkin katılımcı ifadelerinde de belirtildiği gibi, bir turizm destinasyonundan bahsedebilmek için bazı kriterler bulunmaktadır. Dolayısıyla, belirtilen nitelikleri taşımayan her destinasyon için turizm destinasyonu ifadesinin kullanılmasının eksik bir yaklaşım olacağı düşünülmektedir.

K7: *"Her destinasyonu biz buradaki destinasyona yüklediğimiz anlama bağlı aslında. Hani Türkiye koşullarında sorarsanız, buna belki büyük ölçüde evet diyebilirim. Çünkü ilk destinasyon algısı bizde turistik açıdan konumlanmış. Oysaki bu soruyu şimdi sorduğunuz için zihnimde kurguladığımda aslında destinasyon varılacak yer ise bu varılacak yerin varış amaçları tamamen turizm amaçlı olmayabilir. Yani endüstriyel amaçlı olabilir bir sanayi amaçlı olabilir, bir savaş niteliğinde bile olabilir. Orada bir çatışma vardır aslında orası da farklı bir destinasyon tanımı içinde ama turizm yok veya hani henüz turizm gelişmemiş olabilir."*

Her destinasyonun, neden bazı kişiler tarafından turizm destinasyonu olarak ifade edildiği noktasında, K7'nin tespitinin yerinde olduğu düşünülmektedir. Türkiye'de destinasyon kavramı, ilk olarak turizmi çağrıştırmaktadır. Bununla birlikte, K7'nin de ifade ettiği gibi her destinasyon turizm ile öne çıkmamaktadır.

K18: *"Bence değildir. Yani destinasyon yer anlamında anlıyorum ben bunu. Yerin turistik özelliği varsa ancak bu turizm destinasyonu olur. Yoksa adına turizm demekle turistik bir yer haline dönüşmüyor, turisti çekmiyor."*

K18'in de ifade ettiği gibi, destinasyon kavramı tek başına yer anlamına gelmektedir. Turistler için bir değer sunacak herhangi bir cazibe unsuruna sahip olmayan bir yer için turizm destinasyonu ifadesini kullanmanın yanlış olacağı düşünülmektedir. Cazibe unsurlarına sahip olması dahi tek başına, bir yerin turizm destinasyonu olarak değerlendirilebilmesi için yeterli değildir. Bu destinasyonun turistler tarafından biliniyor olması, turistler için ulaşılabilir olması, turist ihtiyaçlarını karşılayabilecek altyapı ve üstyapı olanaklarının yeterli olması ve turistler tarafından ziyaret ediliyor olması da gerekmektedir.

5.2.2. Turizm Destinasyonunun Paydaşlarına İlişkin Bulgular

Turizm destinasyonunun paydaşlarına ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonunun paydaşları belirlenmeye çalışılacaktır.

Özel Araştırma Sorusu 2: Turizm destinasyonunun paydaşları kimlerdir?

K11: "Yani turizm destinasyonundaki herkes aslında aktördür. Kimdir? Yerel halk, yerel yönetimler, belediyeler, kaymakamlıklar, valilikler, il özel idareleri, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, ticaret odaları, oteller, acentalar, turistik enformasyon büroları kısacası o destinasyondaki herkes paydaştır. Yerel halkı giriyor, polisi giriyor, otel giriyor, acenta giriyor hepsi giriyor. Turist ve çevre unsurları da bir turizm destinasyonunun aktörleridir."

K16: "Birisi kamu, birisi sektör, NGO[Non-Governmental Organizations-Sivil Toplum Kuruluşları], çevre ama çevre hem orada yaşayanları hem fiziksel çevre onları bir arada tutuyor. Turistler, Sektör ile sivil toplum kuruluşları bazen iç içe olabiliyor. Çünkü TUROB yönetiminde yer alan birisi muhtemelen aynı zamanda bir otel sahibi."

K11 ve K16; özel sektör, belediye, eğitim kurumları, yerel halk, sivil toplum kuruluşları, mesleki birlikler, doğal çevre, turist, ticaret odaları, kaymakamlık, valilik, ticaret odası ve polis gibi birçok unsuru bir turizm destinasyonunun paydaşları olarak belirtmektedir. K11 ve K16'nın bir turizm destinasyonunda bulunabilecek her unsuru paydaş olarak değerlendirmesi, turizm destinasyonuna ilişkin K20 tarafından belirtilen "... tüm yaşamın turizmden etkilenmesinin ve yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesinin..." düşüncesini doğrular niteliktedir.

K1: "Yerel halk, sivil toplum kuruluşları, turizmle ilgili zaten otelcisi, restorancısı, mesleki kuruluşlar, mesleki birlikler ondan sonra kamu yönetimi alanında valilikler, belediyeler efendime söyleyeyim kamu örgütlerinin il müdürlükleri hepsi ve turist de bir paydaştır."

K6: "Turizm işletmeleri, turistler, kamu yönetimi, yerel halk, turistler, çalışanlar, bunun dışında tedarikçiler mal ve hizmet sağlayan kuruluşlar, sivil toplum kuruluşları, turizmle ilgili birlikler, dernekler."

K12: "Biz burada genel anlamda paydaş dediğimiz zaman bundan yararlananlar aklımıza gelebiliyor ilk bakışta. Tabii seyahat acentaları, yöredeki esnaf, yöredeki halk, istifade edenler, hediyelik eşya satanlar, işte otelciler, güvenlikçiler, sağlıkçılar, sivil toplum kuruluşları, yani aslında turistik faaliyet yani insanların yaşamıyla ilgili olan bir şey." "...şimdi burada da böyle özellikle belli yörelerde, işte çeşitli gerek merkezi yönetim, gerek mahalli yönetim, sivil toplum kuruluşları, efendim işte üniversiteler, dernekler teşvik ediyorlar belli bir yere kadar."

K1, K6 ve K12, bir turizm destinasyonunun paydaşları olarak K11 ve K16 tarafından belirtilen paydaşları kabul etmekle birlikte, çevre unsurunu paydaş olarak ifade etmemektedir. Çevreyi neden turizm destinasyonunun bir paydaşı olarak kabul etmenin doğru olmayacağını K6 şöyle açıklamaktadır:

"Çevreyi ben bir aktör ya da paydaş olarak, aktör ya da paydaşı aktif olarak düşündüğüm için yani paydaşların insan ya da kuruluşlar olması gerektiğini düşündüğüm için elbette çevreyi koruyan örgütler paydaştır. Ama çevrenin kendisi paydaş olabilir mi? Bu konuda ben emin değilim. Çevreyi oluşturan unsurları paydaş olarak görmek bana doğru gelmiyor ama çevre destinasyonu oluşturan unsurlardır. Paydaşı haklarına saygı gösterilen aynı zamanda haklarını da koruyan bir varlık olarak düşünmek gerekiyor benim düşünceme göre."

K6'ya göre, bir aktör ya da paydaşın aktif olması gerekmektedir. Dolayısıyla, turizm destinasyonu olarak kabul edilen bir yerde, doğada bulunan bir ağaç ya da bu ağacı kendisine yuva yapmış bir kuş; kendi haklarını savunamayacağı ve kendileriyle ya da yaşam alanlarıyla ilgili alınacak kararlarda söz sahibi olamayacağı için K6'ya göre, paydaş olarak kabul edilmemelidir.

K7: "Yani hemen karar mekanizması içerisinde baktığımızda bir turizm destinasyonunun yönetiminde kimler rol alıyor; bir defa, merkezi yönetimin temsilcileri dediğimiz, kimdir? Valilik işte kaymakamlık. Yerel inisiyatif

temsilcileri dediğimiz belediye başkanları, yerel yönetimleri. Sivil toplum örgütleri sayabiliriz, mesleki birlikleri sayabiliriz, aslında kamuoyunu da sayabiliriz halkı da saymalıyız.”

K14: *"Kamu kurumları, sivil toplum örgütleri, üniversiteler, turizm işletmeleri, turizm çekim merkezleri yani bu attractions, yerel halk.”*

K17: *"Turizm destinasyonunun sürdürülebilir gelişimi için kamu, özel sektör, sivil toplum örgütleri, meslek kuruluşları, yörenin halkının ortak çalışması ve bütün bilgilerin paylaşılması ve yöre halkının kabul etmediği hiçbir olgunun, turizm olgusunun empoze edilmemesini öngörüyorum.”*

K7, K14 ve K17'ye göre, turist ve çevre bir turizm destinasyonunun paydaşları olarak değerlendirilmemektedir. Turist ve çevrenin neden turizm destinasyonunun paydaşı olarak kabul edilmemesi gerektiğini K14 şöyle açıklamaktadır:

K14: *"Turistin kendisini saymıyorum. Çevreyi de destinasyonun paydaşı olarak saymıyorum. Çünkü onların üzerinde bizim etkimiz var ama yönetsel anlamda yok. Onları temsil eden bir kuruluş, kurum olmadığı için ama tabii ki bakanlıklar var, çevre bakanlığı falan bunlar paydaşa giriyor.”*

K14'e göre, turist ve çevrenin üzerinde, yönetsel anlamda herhangi bir etkileme gücüne sahip olunmaması paydaş olarak değerlendirilmelerini engellemektedir.

Tablo 13'te bir turizm destinasyonunun paydaşlarına ilişkin katılımcıların görüşleri gösterilmektedir. 20 katılımcının tamamı merkezi yönetim, yerel yönetimler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, mesleki birlik ve yerel toplumu paydaş olarak görmektedir. 17 katılımcı turisti bir paydaş olarak görürken 3 katılımcı turisti bir paydaş olarak görmemektedir. 4 katılımcı çevreyi bir paydaş olarak görürken 16 katılımcı çevreyi bir paydaş olarak görmemektedir. Tablo 13'e göre merkezi yönetim, yerel yönetimler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, mesleki birlik ve yerel toplumu bir turizm destinasyonunun paydaşları olarak kabul etmek mümkündür. Her ne kadar 3 katılımcı turisti paydaş olarak görmese de 17 katılımcının ki bu sayı katılımcıların büyük bir çoğunluğunu oluşturmaktadır, turisti paydaş olarak değerlendirmesi, turistin

de bir turizm destinasyonunun paydaşı olarak kabul edilebileceğini göstermektedir. 20 katılımcıdan 4'ü çevreyi bir turizm destinasyonunun paydaşı olarak görmektedir. Bu da henüz çevrenin paydaş olarak yaygın bir kabul görmediğini göstermektedir.

Tablo 13
Turizm Destinasyonunun Paydaşları

Katılımcı No	Turizm Destinasyonunun Paydaşları							
	Merkezi Yönetim	Yerel Yönetimler	Özel Sektör	Sivil Toplum Kuruluşu	Mesleki Birlik	Yerel Toplum	Turist	Çevre
K1	+	+	+	+	+	+	+	0
K2	+	+	+	+	+	+	+	0
K3	+	+	+	+	+	+	+	0
K4	+	+	+	+	+	+	+	0
K5	+	+	+	+	+	+	+	+
K6	+	+	+	+	+	+	+	0
K7	+	+	+	+	+	+	0	0
K8	+	+	+	+	+	+	+	0
K9	+	+	+	+	+	+	+	0
K10	+	+	+	+	+	+	+	0
K11	+	+	+	+	+	+	+	+
K12	+	+	+	+	+	+	+	0
K13	+	+	+	+	+	+	+	+
K14	+	+	+	+	+	+	0	0
K15	+	+	+	+	+	+	+	0
K16	+	+	+	+	+	+	+	+
K17	+	+	+	+	+	+	0	0
K18	+	+	+	+	+	+	+	0
K19	+	+	+	+	+	+	+	0
K20	+	+	+	+	+	+	+	0

Not: (+) = Paydaş; (0) = Paydaş değil

5.2.3. Turizm Destinasyonu Yönetimine İlişkin Bulgular

Araştırmanın ilk genel sorusu olan turizm destinasyonu yönetimine ilişkin bulgulara iki özel araştırma sorusuna ilişkin bulgulardan sonra yer verilmesinin nedeni, öncelikle turizm destinasyonu kavramının açıklığa kavuşturularak turizm destinasyonunun paydaşlarının tespit edilmek istenmesidir. Bu konular açıklığa kavuşturulmadan, turizm destinasyonu yönetimine ilişkin bulgulara yer verilmesinin bütünlüğü bozacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, turizm destinasyonu yönetimine ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonu yönetimi incelenecektir.

Genel Araştırma Sorusu 1: Turizm destinasyonu yönetimi ne anlama gelmektedir?

K14: "Destinasyon yönetimi, ben demiştim ya turizm destinasyonu demiyorum diye. Destinasyon yönetimi deyince turizm destinasyonu yönetimi geliyor direkt. Yani normal bir altyapının ya da üstyapının yönetimi anlamında değil, turizm temelli çalışmaların organizasyonu, koordinasyonu şeklinde değerlendiriyorum."

K14, her destinasyonu bir turizm destinasyonu olarak değerlendirdiği için turizm destinasyonu yönetimi yerine de destinasyon yönetimi ifadesini kullanmayı tercih etmektedir. Bununla birlikte K14, normal bir altyapı ve üstyapının yönetimi ile turizm temelli çalışmaların birbirinden farklı olduğunu düşünmektedir. Her destinasyonun bir turizm destinasyonu olarak kabul edilmesi görüşü ve normal altyapı ve üstyapı yönetimi ile turizm temelli çalışmaların yönetiminin birbirinden farklı olduğu görüşü paylaşılmamaktadır.

K1: "Bence destinasyon yönetimi, belli çekicilikler setine sahip olan bir mekanda turizm gelişiminin yönetilmesidir."

K1, turizm destinasyonu yönetimine ilişkin, ayrıntılara yer vermeden genel bir değerlendirme yapmakla birlikte, turizmin gelişimine vurgu yapması bakımından önemli görülmektedir. Turizm destinasyonu yönetiminin daha iyi anlaşılabilmesi bakımından diğer katılımcı görüşlerine yer verilmesinin doğru olacağı düşünülmektedir.

K3: *"Destinasyon yönetimi, etkin bir şekilde turistlerin hizmetine sunulacak yer ve mekânların organize ve planlı olarak gezip görülmesinin sağlanması."*

K10: *"Bütün o mahallin, çevrenin bütün olarak yönetilmesidir. Yani A dan Z ye altyapısıyla üstyapısıyla hem pazarlama açısından yönetimi, hem de işletmecilik açısından hem de altyapı planlama açısından yönetimi demek."*

Turizm destinasyonu yönetimine ilişkin K3 ve K10'un görüşleri, K1'in görüşüne etkinlik, organize, altyapı, üstyapı, pazarlama ve planlama kavramlarını eklemektedir.

K4: *"Biraz önce destinasyonu farklı fiziki birimlere ayırmıştık. Bunlar, ülke, bölge, kent, yöre şeklindeydi. Dolayısıyla böyle bir yaklaşımla destinasyon yönetimini tanımlarsak ki bu o destinasyonun geliştirilmesiyle ilgilidir. Destinasyonun yani ülkenin, bölgenin, kentin turistin ürün tüketebileceği coğrafi birimin geliştirilmesi, yapılandırılması, yatırım yapılabilir hale getirilmesi, altyapısının iyileştirilmesi, ulaşım olanaklarının geliştirilmesi ve destinasyonun ürün tüketilebilir hale getirilmesi destinasyon yönetimidir. Burada ticari bir amaç söz konusu değildir. Ancak ticari bir amaç söz konusu olduğunda bu destinasyonda yer alan işletmelerin örneğin denetimi, işletmelere izin verilmesi, yatırım izni verilmesi, işletme izni verilmesi seyahat acentaları dâhil bunlar da yine destinasyon yönetiminin bir parçasıdır."*

K4, turizm destinasyonu yönetimine ticari bir amaç güdülüp güdülmemesine göre iki açıdan yaklaşmıştır. Ticari bir amacın olmaması durumunda, turizm destinasyonu olarak belirlenen coğrafi birimin altyapı ve ulaşım olanaklarının geliştirilerek ve iyileştirilerek yatırım yapılabilir hale getirilmesiyle ürünlerin tüketilebilir duruma getirilmesi söz konusudur. Ticari bir amaç söz konusu olunca ise; işletmelere yatırım ve işletme izninin verilmesi, işletmelerin denetimi ve seyahat acentalarının da bu yönetim sürecine dâhil olduğu ifade edilmektedir. K4'ün görüşleri, K1'in genel bir değerlendirme şeklinde belirttiği turizm gelişiminin yönetilmesi görüşüyle örtüşmektedir.

K5: *"Destinasyon yönetimi, destinasyon olarak hedeflenen bir bölge, şehir, ülke neresiyse veya bir değer ise o değer in sağlıklı bir şekilde uzun yıllar"*

turizme, o yöreye ve dünyaya hatta hizmet verebilecek şekilde sürdürülebilirliğini sağlamaktır."

K8: "O bölge olabilir veya otel olabilir veya turistik işletme olabilir, o şeyin idare edilmesi, daha doğrusu o şeylerin sürdürülebilirlik kavramı içerisinde ne kadar çok uygun koşullarda onu yönetebilmeyi ifade ediyor. Yani destinasyon yönetimi, o şeylerin sürdürülebilirlik kavramı içerisinde en uygun şekilde idare edilmesine destinasyon yönetimi kavramı olarak bakabiliriz."

K20: "Destinasyon yönetimi belirttiğimiz paydaşların birlikte destinasyonu yönetmesidir. Fakat burada destinasyonun özellikle çevresel anlamda zarar görülmemesine dikkat edilmesi ve bu destinasyonun gelecek nesillere aktarılmasına dikkat edilmelidir."

K5, K8 ve K20 ise turizm destinasyonu yönetiminde sürdürülebilirlik boyutuna vurgu yapmaktadır. Turizm destinasyonu olarak belirlenen ülke, bölge, şehir, işletme ya da şeyin (K8) üzerinde gelecek nesillerin de haklarının bu yönetim sürecinde göz önünde bulundurulmasının altı çizilmektedir. Bu kapsamda, sürdürülebilir turizm destinasyonu yönetimi şeklinde bir yönetim anlayışının da öne çıktığı söylenebilir.

K9: "Belirlenen bir turistik destinasyon anlamında turistik ürünün oluşturulması için o ürünün toplamda planlanması, o ürünün tüketilebilmesi için bu planları hayata geçirebilecek örgütlerin oluşturulması ya da oyuncuların belirlenmesi, sonrasında bu ürünün tüketilme sürecinin sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi ve son aşamada da bu sürecin kontrol edilmesi olarak bahsedebiliriz yani bir turistik destinasyonun yönetilmesi sürecinde. Yani bütün oyuncular açısından makul tatminin sağlanması."

K16: "Ben biraz pazarlamacı gözüyle bakıyorum. Biz pazarlama ürününü düşündüğümüz zaman işte o ürünün planlamasından yani onunla ilgili araştırma yapmak, o ürün nasıl olmalı, fiyatlandırmada, özelliklerinin belirlenmesinden ve ondan sonra onu planlı ve işte geliştirdiklerinden sonra ne yapıyoruz? Pazarlıyoruz ve satıyoruz. Yani onların yönetim kanallarından belirtiyoruz. Hepsi pazarlama fonksiyonunun içinde. Bana göre bir şeyi turizm destinasyonu veya bölgesinin yönetimi hepsini yapması

lazım. Bu ne demek? Turizmde planlama yapması gerekiyor, yani turizm o bölgede nasıl olacak, kapasite bakacak yani ne kadar yapılabilir buna göre de uygun olan yönetim yasaları yapacak veya lobi yapacak. Geliştirme yapacak, geliştirme yaparken de kim ne yapacak koordinasyon içerisinde. O bölgenin dağıtım kanalları kurmak aynı zamanda pazarlamada kullandığımız pazar bölümlendirme, konumlandırma yapacak, tutundurmaya yapacak ve satacak. Sattıktan sonra da kontrolü yapacak ve belirlediği ve istediği şeyleri taşıyor mu turistik bölge, onlara bakacak."

K9, turizm destinasyonu yönetimi sürecini; planlama, örgütlenme, yürütme ve kontrol olmak üzere dört aşamalı bir süreç olarak değerlendirirken K16, bu sürece koordinasyon işlevini de eklemenin yanı sıra planlama aşamasından kontrol aşamasına kadar pazarlama sürecinin önemine vurgu yapmaktadır.

K17: "Turizm destinasyonu yönetimi dediğimiz vakit bir turizm varış noktasının envanterinin çıkartılması, bütün kültür öğelerinin saptanması, bu envanter çalışmasından sonra paydaşların bu envanterin korunması için birlikte bir sürdürülebilir varış noktası geliştirme aksiyon planının geliştirilmesi söz konusudur. Her paydaşın yönetimdeki sözü, ağırlığı belirtilmeli ve varış noktası olduğu noktadan yönetilmelidir."

K17, turizm destinasyonu yönetiminde envanter çalışmasına vurgu yapmaktadır. Bir envanter listesinin çıkarılmasını, yönetimi yapılacak olan unsurların belirlenmesi açısından çok doğru ve yerinde bir tespit olduğu düşünülmektedir. K17 tarafından ifade edilen paydaşların ağırlığının belirlenmesi ve varış noktası olarak değerlendirdiği turizm destinasyonunun olduğu yerden yönetilmesi görüşlerinin de doğru ve yerinde tespitler olduğu düşünülmektedir.

K7: "Turizm destinasyonu bana göre mutlaka yerelden yapılmalı, merkezi yönetimin inisiyatifine doğrudan bırakılmamalı. Destinasyonlar özellikle turizm açısından hassas bir konu, güncel bir konu, olgular ve olaylar hep taze işliyor, değişime ihtiyacı var. Dolayısıyla alınacak olan o dinamik karar sürecinin yerel inisiyatif ve yerel örgütlere bırakılmasında fayda var diye düşünüyorum."

K7, turizmin dinamik yapısı nedeniyle, sürekli değişen çevre ve yeni olaylar karşısında, hızlı ve etkin bir müdahale için merkezi yönetim yerine, turizm destinasyonu yönetiminin, yerel yönetimler tarafından yürütülmesi gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bir turizm destinasyonunun yönetileceği yer bağlamında K17 ile K7 benzer görüşü paylaşmaktadır.

K6: "Turizm destinasyonu yönetimi, kamunun oradaki altyapı hizmetlerinin yürütülmesi, özel sektörün pazarlama stratejilerini, tanıtım stratejilerini, beraberce saptayabilmesi, sivil toplum kuruluşlarının, kamu ve özel sektörün bu stratejilerinde ya da planlarına, politikalarına destek olabilecek şekilde, paylaşacak şekilde davranmaları biçiminde anlıyorum ben. Yani turizm destinasyonu yönetimini tek başına bir kuruluşun yapması pek mümkün değil. Yani sadece kamuya bıraksak yeterli olmaz, sadece özel sektör yapsa yeterli olmaz."

K6, turizm destinasyonu yönetiminde kimlerin rol alması gerektiğini ve hangi rolleri alması gerektiğini açıklamaktadır. Ayrıca, K6'nın turizm destinasyonu yönetiminin, kamu ya da özel sektör fark etmeksizin tek bir tarafın yürütemeyeceği bir süreç olduğu görüşü yerinde bir tespittir.

5.2.4. Turizm Destinasyonu Yönetim Yaklaşımlarına İlişkin Bulgular

Bu bölümde, turizm destinasyonu yönetimi yaklaşımlarına ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonu yönetimi yaklaşımları incelenecektir.

Özel Araştırma Sorusu 3: Kaynakların etkin ve verimli kullanımı için nasıl bir destinasyon yönetimi yaklaşımı (yönetim/yönetişim/idare) benimsenmelidir?

K1: *"Yani bence, hani o destinasyonda turizmin administre edilmesi administration biraz bizde idareciliği ifade ediyor. Tam tersine ben stratejik bir liderlikten bahsediyorum. Governance biraz destinasyon yönetim örgütlerini bana göre fululaştırıyor. Ben destinasyon yönetimini söylüyorum management tarafındayım. Olaya yönetim mantığı açısından bakıyorum. Dolayısıyla destinasyon yönetim etkinliğini de daha net belirli bir etkinlik grubu olarak düşünüyorum."*

K11: *"Yönetim anlayışı daha etkili olur."*

K16: *"Bence yönetim anlayışı daha uygun. Ama sadece yönetim değil, çünkü yönetim bir şey geliştirilmiştir onu yönetiyor. Bu arada bu kadar kapsamlı bir yapıya sahip olan turizmin öyle kapsamlı olarak da yönetebilecek bir yapı da dünyada yok bana göre. İspanya ve İtalya bu konuda biraz daha iyi yönetiyor turizmi."*

K1, K11 ve K16'ya göre, turizm destinasyonları, yönetim diğer bir ifadeyle işletmecilik anlayışıyla yönetilmelidir. K1 yönetişim yaklaşımının, destinasyon yönetim örgütlerini fululaştırdığını ifade ederken K14, turizmin çok kapsamlı bir yapıya sahip olması nedeniyle, turizmi yönetebilecek bir yapının dünyada olmadığını savunmaktadır. Destinasyon paydaşlarının, karar verme mekanizmalarında yer almasını sağlayan yönetişim yaklaşımının örgütlerin daha bilinir ve görünür hale gelmelerinde önemli rol oynadığı düşünülmektedir.

K8: *"Şimdi şöyle, ideal ve teorik farklı. Ülkelerin yapılarına bağlı olarak sizin düşünmüş olduğunuz ideal yapı orada çalışmayabilir. Siz böyle bir sistemi çalıştırmak isterseniz çalışmaz, çalışmayabilir. Mecburen orada çalışması gereken sistem hangisiyse onu kurmanız gerekir. Benim için"*

yönetişim sistemi uygun, ideal yapı o. Bütün aktörlerin ve paydaşların yer aldığı, onların temsilcilerinden oluşan bir yönetim sistemiyle o destinasyonun yönetilmesi gerekir. Bütün kararları onların birlikteliği ve istişaresi neticesinde almak gerekir. Ama bu her zaman olmayabilir ki yani. O yüzden o ülkenin şartlarına bağlı olarak belirlenmesi gereken bir şey diye düşünüyorum."

K8, ülkelerin yönetim yapısının, turizm destinasyonu yönetimi yaklaşımlarından hangisinin tercih edileceği noktasında etkili olduğunu savunmaktadır. Bu bağlamda, K8 ile aynı görüş paylaşılmaktadır. Eğer bir ülkede toplum, yönetim sürecine müdahil olmak istemiyorsa, diğer bir ifadeyle, karar mekanizmalarında kendilerinin yerine, idareci olarak seçtikleri kişilerin, kendileri adına karar vermesini benimseyen bir yönetim anlayışını benimsemişse burada, yönetim yaklaşımından bahsetmek mümkün değildir.

K19: "Yönetim daha çok kâr ile alakalı, idare daha çok kamunun genel idaresi, yönetim ise biraz daha işbirliği halinde bir şeyleri yerine getirmek. Turizme genelde para kazanma olarak bakıldığı için çoğunlukla yönetim anlayışı kabul görür. Yönetişim, daha çok paydaşların yönetimi anlamında kullanılacak bir kavram. İdare ise kamunun yönetimi söz konusu. Burada en çok yönetim anlayışının benimsenmesi lazım fakat ülkemizde en az olan."

K19, işletmecilik anlayışının kâr, idare anlayışının kamunun genel idaresi ve yönetişimin de işbirliği üzerine kurulu olduğunu ifade etmektedir. K19'un yönetim anlayışının Türkiye'de en az benimsenen yaklaşım olduğu tespiti yerindedir.

K15: "Şimdi yönetim dediğiniz zaman tepede her zaman biri vardır. Bir baş aktör vardır. Ülkeyi yöneten kişi kimdir, işte Başbakanıdır, Cumhurbaşkanıdır, üniversiteyi yöneten kimdir, rektördür, bir kamu kurumunu yöneten üst genel müdürdür, bir ili yöneten de kuşkusuz o ilin mülki amiridir. Dolayısıyla destinasyonun dâhil olduğu işte yönetsel sınırların mülki amiri zaten o destinasyonun yöneticisidir. Ama bu ille de her şeyi o yönetir anlamına gelmez. Tabi belediyelerin de rolünü ihmal etmemek lazım. Ama sonuçta belediye de mülki amire bağlı olduğu için"

nihai kararda yani son kararda yani valiyse vali, kaymakamsa kaymakam. Yani bunlar o bölgenin doğal yöneticileridir, doğal ya da resmi yöneticileridir. Bu tabii ki bir örgütlenmeye gidilerek ayrı bir destinasyon yönetim örgütü, danışma kurulu vs. falan gibi bir şeyler oluşturabilir ya da kendi normal devlet örgüt yapısı içerisinde bazı görevleri daha aktif hale getirerek, mesleki kuruluşları işin içerisine dâhil ederek ya da onların temsilcileriyle zaman zaman görüş alış verişinde buluşarak destinasyon yönetimini ya yasal olarak ya da resmi olarak oluşturmak mümkündür. Şimdi batıda bu biraz farklı tabii. Destination management organizations diye kuruluşlar var. Bunlar o ülkelerin yönetsel yapıları içerisinde entegre olmuş şeyler ama bizim ülkemizde böyle bir şey yok. Yani destinasyon yönetim örgütü dediğiniz zaman onun tam karşılığını bulabileceğiniz yönetsel bir örgüt yok. Yönetsel mercinin yönetici sıfatını kazanması için yaptırım gücü olması lazım. Yani bir şey söylediği zaman bunu yaptırabilmesi ya da en azından güçlü bir tavsiye gücü olması lazım."

K15, coğrafi birim olarak ifade edilen turizm destinasyonlarının mülki amirlerinin, ilgili turizm destinasyonlarının doğal yöneticileri olduklarını ifade etmektedir. Bu bağlamda, mülki idare amirlerinin onaylamadığı kararlar alınmasının güçlüğüne vurgu yapmaktadır. Bununla birlikte, bu mülki idare amirlerinin her şeyi yönetmek gibi bir zorunluluklarının olmadığını ve batıda olduğu gibi destinasyon yönetim örgütlerinin kurulması ve ilgili paydaşların bu örgütlerde temsil edilmesiyle bazı rollerin üstlenilebileceğini ifade etmektedir. K15'in, yönetsel merciden bahsedebilmek için yaptırım gücünün olmasına vurgu yapması da dikkat çekici bir tespit olarak değerlendirilmektedir.

K4: "Governance tabii ki. Yani governance deyince tabii kamuyu da dikkate alıyor, sivil toplum kuruluşlarını da dikkate alıyor, yerel halkı da dikkate alıyor, çevreyi de alıyor. Nedeni kamuyu doğrudan doğruya ve kamu nitelikli kuruluşları doğrudan doğruya ilgilendirdiği için bunun bir governance olması gerekir. Özellikle gelişen ülkeler için Türkiye için bu geçerli. Çünkü bu zarar gören araziler, bölgeler, kıyı alanları, ormanlar, göller vs hepsi kamunun malı, kamunun malı tahsis ediliyor."

K4'e göre, turizm destinasyonunda bulunan kaynakların etkin ve verimli kullanımı için yönetim yaklaşımının benimsenmesi gerekmektedir. K4, özellikle orman, park, bahçe, sahiller ve göller gibi kamu mallarının söz konusu olması nedeniyle yönetim yaklaşımının uygun olduğunu ifade etmektedir.

K5: "Yönetişim daha iyi ama yönetim, oturmuş destinasyonlar için çok güzeldir de bir bölgeyi bir şehri yeni açarken acaba yönetim oluşturabilir misiniz? Daha paydaşlar olayı bilmiyor ki! Ne getirip ne götüreceğinden haberleri olmadığı için hemen yönetim yaklaşımını uygulayamazsınız. İlk etapta yönetimi uygularsınız da daha sonra yönetime geçersiniz. Ama ideal olanı yönetişimdir. Ortak paydaşlarla oturup arazinin, bölgenin, şehrin, binanın neyse işte! Fizibilitesi yapılarak ne yapılması gerektiğine karar verilmelidir."

K5, turizm destinasyonu aşamalarına göre benimsenecek yönetim yaklaşımının belirlenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda, turizm destinasyonu olma sürecini tamamlamış turizm destinasyonları için yönetim yaklaşımının geçerli olabileceğini savunurken, turizm destinasyonu olma sürecinin başında olan yerler için yönetim (işletmecilik) yaklaşımının benimsenmesi gerektiğini savunmaktadır.

K12: "Tabi burada yönetim anlayışı daha uygun olur. Hatta iyi yönetim."

K17: "Benim şahsi fikrimi soruyorsan governance yani yönetişimin olmadığı herhangi bir destinasyonda sürdürülebilir bir turizm olgusunun geliştirilmesi mümkün değildir. Örneklerini yaşadık."

Turizm destinasyonu yönetiminde K12 ve K17'ye göre, yönetim yaklaşımının benimsenmesi gerekmektedir. K12, yönetimi daha da ileriye taşıyarak iyi yönetimi öne çıkarırken, K17 ise, sürdürülebilirlik açısından yönetim anlayışının bir zorunluluk olduğunu savunmaktadır.

K9: "Yönetişim anlayışı benim oyun yaklaşımına daha yakın. Oyuncuların söz hakkı olduğu daha demokratik bir ortam, alınan kararların yani konulan kuralların, oyuncuların etki derecesine göre koyuldukları sonrasında bunun kamuyla paylaşılması, şeffaflığın söz konusu olması, hesap verilebilirliğin söz konusu olması, olmadığı zaman bundan kurtulabiliyor olması, ama

idarecilik işin içinde olursa kurtulamıyorsunuz. Şimdi şeye baktığınız zaman tüm dünyada kapitalist sistemin bir sonucu olarak şirketlerin çok hırslı olduğunu görüyoruz. Kar amacını ve varlıklarını sürdürebilmek için üzerinde buldukları dalı bile kesebileceklerini görüyoruz. Dolayısıyla bu destinasyon yönetimi sadece özel sektöre de bırakılmamalı, özel sektör oyunun içerisinde çok önemli bir oyuncu. Ya da onlardan oluşan oyuncular var. Ama onlara da bu işi tek başına bıraktığımız zaman yalınca keser gibi kendilerine yontuyorlar sadece ve o destinasyonların ya da o ürünün sürdürülebilirliğini ortadan kaldırılabiliyorlar kısa vadeli kar amacıyla. Bence kamu yönetimine bırakıldığı zaman da bir sorun var aslında. Kamu bu işin üzerinden nüfuz devşirmeye çalışıyor, güç oluşturmaya çalışıyor ve oyuncuların üzerinde bu gücü yerli yersiz kullanmaya çalışıyor ve conservative yani tutucu bir bakış açıları var. Kolay kolay değişmiyorlar. Her zaman şunu gördük Türkiye'de özel sektör, turizmin idarecilik kısmında çok daha ileride ve bu, ayak bağı oluyor. Yani birçok noktada mesela destinasyonların yeterince gelişmemiş olmasının sebebi şeydir idarecilerinin bakış açısı ve tutumları."

K9, turizm destinasyonu yönetimini bir oyun olarak değerlendirmekte ve alınacak kararlarda oyuncuların, etki gücüne göre temsil edilmelerinin gerekliliğini vurgulamaktadır. Ayrıca alınan kararların kamuyla paylaşılması, şeffaflık ve hesap verilebilirlik boyutları da K9 tarafından öne çıkarılmaktadır. K9'un özel sektörün bindikleri kendi dalları bile kısa vadeli kâr uğruna kesebileceği ve kamunun nüfuz ve güç devşirerek bunu diğer oyuncular üzerinde yerli yersiz kullanacağı tespitlerinin, çok doğru ve yerinde tespitler olduğu düşünülmektedir.

K18: *"Bence önemli olan yönetişimdir. Yönetim çağı geçti artık. Küreselleşme döneminde yaşıyoruz. Bunu bir kamu yönetimi anlamında da söylüyorum, uluslararası ilişkiler anlamında da söylüyorum ama iktisadi gerçeklikleri göz önünde bulundurarak söylüyorum. Şimdi öyle bir zamanda ve dönemde yaşıyoruz ki bir aktörün bütün unsurları, enstrümanları tek başına kararları alıp uygulaması artık mümkün değil. Hemen hemen herkesin üzerinde uzlaştığı bir şey var o da şu; devletlerin rolü artık eskiden olduğu kadar güçlü değil, devletler mevzi kaybediyor, bunun dışında diğer aktörler*

daha güçleniyor. Ne demek istiyorum? Şunu demek istiyorum, devletin çok rantabil çalışan çok rasyonel bir aygıt olmadığı artık kabul ediliyor. Şimdi böyle bir durumda kalkıp gene her şeyi devlet yapsın yönetsin demek, hem işin doğasına aykırı hem de çok doğru makul rasyonel bir tercih değil. Yani böyle baktığımız zaman devlet her şeyi yönetsin mantığının aşırı bir devletçi yaklaşım olduğunu düşünüyorum ve hedef, ülkemizi tanıtmak, ekonomik gelir elde etmek, daha güçlü yarın elde etmek, daha güçlü bir geleceğe ulaşmak ise çok makul ve rasyonel bir yaklaşım olmadığını düşünüyorum. Burada yapılacak şey makul bir birlikteliktir, optimal bir birlikteliktir."

K18, günümüzde dünyada, yönetim anlayışının geçerliliğini yitirdiğini ve bir aktörün tüm enstrümanları tek elden yönetemeyeceğini, dolayısıyla yönetim yaklaşımının benimsenerek optimal bir birlikteliğin sağlanması gerektiğini savunmaktadır.

K20: "Burada yönetimi tercih etmek lazım. Çünkü neden? Ben şuna inanıyorum. İster dünya deyin ister Türkiye deyin biz maalesef çevreyi iyi koruyamıyoruz. Bugünkü dünya düzeninde bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler diye baktığın zaman olumsuz birçok örneğini görüyorsun. Bu da doğal olarak turizmde de aynı felsefeyi savunmaya kalkarsanız eğer bu hızla çevrenin tükenmesi, bu da bir anlamda gelecek nesillerin için ne diyelim "çevre bizim atalarımızın mirası değil torunlarımızın emaneti" gözüyle bakmaz isen eğer olaya satılabilecek her şeyin bugünkü çıkarın, bugünkü zenginliğin, mesela daha iyi bir otomobil, daha iyi bir cep telefonu, daha iyi bir ev uğruna harcarsan eğer senin torunların neyi kullanacak, neyi satacak, hangi suyla duş alacak! Bu anlamda yönetim yerinde bir yönetim tarzı ama burada da oyuna gelmemek lazım. Yönetişim yapalım derken de, yönetişimin içerisinde aktif yer alan kesimlerin paydaşların daha bir ticari davranıp bunu resmi karara dökcek turizm il müdürlüğü gibi bir birimin işte yanlışa ya da hataya sevk edebilmesine de sebebiyet vermesi. Yönetişimde de yönetişimi yapacak kim? Kim idare edecek bu işi? Bence yine merkezi yapı idare etmesi lazım. Kurallarının konulup merkezi yapının idare etmesi lazım. Yönetişime inanıyorum, bugünkü işletmecilerin gözü para bakıyor, dolayısıyla sosyal sorumluluğu düşünmek, çevreyi düşünmek, belediyeyi düşünmek bunlar hep ikinci üçüncü planda."

K20 de bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler anlayışının benimsendiği, yönetim yaklaşımının çevre üzerinde olumsuz etkilere neden olduğunu savunarak, K18 gibi bu yaklaşım yerine, yönetim yaklaşımının benimsenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte K20, yönetim yaklaşımında kimin lider rolünü üstleneceğinin de önemli olduğunu vurgulamaktadır. Özel sektörün, kâr hedefleri nedeniyle sosyal sorumluluk ve çevre gibi unsurları ihmal edebileceğinin altını çizen K20, bu noktada merkezi yönetimin liderliğini savunmaktadır.



Şekil 30: Turizm Destinasyonu Yönetim Yaklaşımları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

5.2.5. Turizm Destinasyonu Yönetiminde Üstlenilebilecek Rollere İlişkin Bulgular

Bu bölümde, turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilebilecek rollere ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilebilecek roller tespit edilmeye çalışılacaktır.

Özel Araştırma Sorusu 4: Turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilecek roller nelerdir?

K1: "Yani turizm gelişiminde, bu soruya cevap vermek için bence turizm gelişimini mesela bir destinasyonun turizm gelişimini sağlayacağız, bunu yöneteceğiz. Böylece, turizm gelişiminde rol oynayan unsurlar neler dememiz lazım. Bunu ikiye ayırırız işte ... klasik ayrım bir, turisti çeken unsurlar; bir de turisti iten unsurlar. Dolayısıyla turizm gelişimini yönetirken bunlara odaklanmak lazım. Bir; bölgede turisti çekecek çekicilikler ve kapasite oluşturmak. İki; o kapasiteye turisti yönlendirecek turistin kendi ülkesinde ya da turisti sanal ortamda, turistin zihnine yönelik çalışmalar. Öyleyse bir; destinasyon geliştirme, iki; talep geliştirme, talep oluşturma diyebiliriz."

K1, turizm destinasyonu yönetimine işletmecilik anlayışıyla yaklaştığı için üstlenilmesi gereken rolleri de turistik bir ürün olarak destinasyonun geliştirilmesi ve bu ürün için talebin oluşturulması şeklinde ifade etmektedir.

K3: "Tanıtım en önemli rol. Tanıtım, reklam, halkla ilişkiler bunlar hep pazarlamayı destekleyen alt faaliyetler. İletişim, reklam, görsel basın, medya, sanal ortam, tanıtım ilk önce enformasyon. ... tanıtım ve pazarlama bütçeye bağlı. Eğitim olmalı. Turist sağlığının korunması, güvenliği yani bu dünya turizm örgütünün koymuş olduğu etik ilkeler var. Çalışanların, turistlerin, yerel halkın, katılımcıların, söz sahibi olan yetkililerin, müteşebbislerin, teşviğin sağlandığı, sosyal turizm en önemlisi. Kendi imkânlarıyla turizme katılmayan insanların katılmasının sağlanması. Gençlik turizmi. Bunların planlanması lazım."

K3, turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken en önemli rol olarak tanıtım ve pazarlamaya ilişkin rollere vurgu yapmaktadır. K3'e göre; tanıtım, reklam, halkla

ilişkiler, iletişim, enformasyon, pazarlama, turizm eğitimi, turist sağlığı, turist güvenliği, etik ilkeler, sosyal turizm, gençlik turizmi, teşvik ve planlama gibi roller turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken roller arasındadır. K3'ün belirttiği roller K1 tarafından ifade edilen talep geliştirme rolünün detaylandırılmış hali olarak değerlendirilebilir.

K6: "Roller ne? Demin aslında biraz onlara değindim, söyledim, benim görüşüm olarak. Dedim ki altyapı hizmetlerinin yerine getirilmesi ve sürdürülmesi, çevrenin korunması, bu destinasyon tanıtımı, destinasyona ilişkin yeni gelişmelerin planlanması ve bunların hayata geçirilmesi, tanıtımın yanında pazarlanması destinasyonun, destinasyondaki işleyişe ilişkin şikayetlerin giderilmesi. Turistlerin memnuniyetsizliklerinin farkına varılması bunları giderici önlemlerin alınması, demin belki onu söylemedik. Yani turist de bir paydaş, o da destinasyon yönetimine şikayetiyle katkıda bulunuyor."

K8: "Planlama, eğitim, sağlık, güvenlik, destinasyon pazarlaması, denetim ve kontrol, çevre sağlığı, finansal destek, yerel toplumun katılımının sağlanması, mevzuat, turist hakları gibi rolleri sayabiliriz."

K6'ya göre, turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken roller; altyapı hizmetlerinin tamamlanması ve sürdürülmesi, çevrenin korunması, yeni gelişmelerin takip edilmesi ve turist memnuniyetsizliklerinin giderilmesidir. K8 ise denetim, kontrol, finansal destek, çevre sağlığı, mevzuat ve turist haklarını turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken roller olarak belirtmektedir.

K11: "Bir defa planlama, planlama önemli, koordinasyon önemli, altyapı, üstyapı, eşgüdüm, pazarlama, bir de geleceği öngörmek, tahminleme."

K14: "Destinasyon yönetimi konusunda yani şimdi alt başlıklarına, yani işte destinasyon pazarlaması, planlama, risk yönetimi diye ayırırsak ben şöyle bakıyorum ve hepsi için söylüyorum. Hepsinde de kamu, özel ortak karar vermeli."

K15: "Klasik roller, bir yöneticinin yönetim organizasyonu derslerinde ya da kamu yönetiminde üstlendiği roller işte; görevleri belirleme, hedef

belirleme, planlama, delege etme, kontrol vs. bütün bu şeyler destinasyon için de geçerli."

Koordinasyon ve tahminleme (K11); risk yönetimi (K14); görevlerin ve hedeflerin belirlenmesi (K15) rolleri de turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken roller olarak katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Ayrıca K14 tarafından, roller arasında herhangi bir fark gözetmeksizin tüm rollerin, kamu-özel sektör ortaklığı tarafından üstlenilmesi gerekliliği ifade edilmektedir.

K5: "Tüm altyapı ve üstyapı unsurları burada söz konusudur. Ama birinci derece önceliği olanlar var, tali olanlar var. Burada birinci önceliği olanlar turistik mal ve hizmet üretimi yapan işletmeler arz yönü vardır. Bunun tamamlayıcıları var; sağlıktır, eğitimidir, güvenlidir falan. Ama burada aktör olarak etkin olarak yerel ve merkezi yönetimler bir de odalar.... Düzenleyicilik rolü...."

K5'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken roller, birinci önceliği olanlar ve tali olanlar şeklinde iki kategori altında değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, turizmin arz yönünü oluşturan rolleri birincil roller; sağlık, eğitim ve güvenlik gibi rolleri de tali ya da tamamlayıcı roller şeklinde değerlendirmektedir. Ayrıca K5'e göre, yerel ve merkezi yönetim birimleri, düzenleyici rol üstlenmelidir.

K10: "Ulaştırma, yol, su, elektrik, kanalizasyon, üstyapı özel sektör tarafından üstlenilecek. Bir turizm destinasyonunun altyapısını devlet yapıyor, kamu yapıyor. Çünkü kalıcı ve devletin malı zaten, hazineye ait. Ha senin şahıs arazin olabilir o ayrı destinasyonun içinde toplu işne kadar yer. Ama o destinasyonun tamamı kamuya ait, hazineye ait devlete ait. Dolayısıyla burada bir kamu yönetiminin üstlendiği roller var bir de özel sektörün, işletmecilerin üstlendiği roller var. Planlamayı devlet yapar ama planlara uygun işletmeleri ise özel sektör yapıyor. Türkiye'de roller belirlenmiş aslında."

K10, turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken rolleri, üstlenecek taraf açısından değerlendirmektedir. Bu bağlamda, bir turizm destinasyonunun altyapısıyla ilgili rollerin devlet, üstyapıyla ilgili rollerin ise özel sektör tarafından yürütülmesi

gerektiğini savunan K10, planlama işlevinin devlet tarafından üstlenilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

K17: "Yani mesleki roller olarak söyleyebilirim. Bölgenin iktisadi gelişmesiyle var olan kaynaklarının birbirini bütünler nitelikte olması, bölgenin kapasitesinin, yani varış noktasının kapasitesinin çok iyi tanımlanması, insan kaynağının net belirlenmiş olması, önceden çıkartılmış envantere göre herhangi bir kültürel miras, çevre ögesine yüklenecek yeni fonksiyonların hangi uzmanların denetiminde gelişeceğinin planlanması, uzmanlar grubunun öncelikle yerel halk ve yerel yönetimden oluşturulması, gerekli uzmanlıkların olmaması halinde diğer bölgelerden yardıma yönelmesi."

K19: "Bir yerin turizm destinasyonu olabilmesi öncelikle siyasi irade gerektirir en başta bu gelir. Bu siyasi irade tabi yerelde başlar. Yerelde insanlar biz burada turizm gelişsin istiyoruz bir platform kuracaklar, konuşacaklar buna evet diyecekler, sonra belediye başkanları, milletvekilleri bunları harekete geçirecekler ve lobi oluşturacaklar, mevcut mevzuatı izleyerek bir yola girecekler, öyle bir mevzuat yoksa kanun çıkaracaklar bu işi yaptıracaklar. Turizmin nasıl olacağı, yani ürün kısmı, ürünün geliştirilmesi teknik bir konudur. Dolayısıyla bu iş teknik adamlar karar verir. Biz, turizmin geliştirilmesini istiyorsak teknik adamları toplayacağız ve bir envanter çalışması yapacağız. Ondan sonra olayın ölçek boyutu var. Burada havayolu, seyahat acentası ve oteller, yatırımcılar devreye giriyor. Kamu yönetiminin bu birimleri ikna etmesi gerekiyor. Yine belediyelere büyük rol düşüyor, yol, su, elektrik. Yerel halkla, halkla ilişkiler çalışması yapmak lazım."

K17'ye göre, turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken roller; kapasite tespitinin yapılması, mevcut insan kaynağının analizi, turizm destinasyonunun envanterinin oluşturulması ve bu envantere yer alan öğelerin üstleneceği işlevlerin uzmanlarca belirlenmesidir. K19 da uzmanlar tarafından, bir envanter çalışmasının yapılmasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. K19, bir yerin turizm destinasyonu olmasında siyasi iradenin önemine vurgu yaparak, bir platformun oluşturulması ve lobi

faaliyetlerinin yürütülmesinin altını çizmektedir. Bu rolün de yerelde bir araya gelecek paydaşlar tarafından üstlenilmesi gerektiğini ifade etmektedir. K19'a göre, kamu yönetiminin, özel sektörü yatırım için ikna etmesi ve yerel yönetimlerin, başta altyapı hizmetleri olmak üzere yerel topluma yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri de yerine getirilmesi gereken roller arasında bulunmaktadır.

K9: "Bunun için genel bir çerçeve çizemem. Çünkü her destinasyona göre bu özellikler değişebilir. Yani A destinasyonunda güvenlikten sorumlu olan oyuncu B destinasyonunda güvenlikten sorumlu olmayabilir. Yani burada genel geçer bir şey söylemektense belirli bir destinasyon üzerinden bir değerlendirme yapmak lazım. O destinasyonun oyuncularını kimlerdir, o destinasyondaki oyunun kuralları nelerdir? Bunlar belirlendikten sonra rolleri belirleyebilirsiniz. Her bir destinasyonda farklı roller ve bu rolleri üstlenecek farklı oyuncular olabilir."

K9'a göre, turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilmesi gereken roller, destinasyondan destinasyona göre değişiklik göstermektedir. Bununla birlikte, rolü kimin üstleneceği turizm destinasyonunun niteliğine göre değişiklik arz etse de bu durumun, üstlenilmesi gereken rolü ortadan kaldırmadığı düşünülmektedir.

5.3. Kamu Yönetimi ve Turizm Destinasyonu Yönetimine İlişkin Bulgular

Bu bölümde, kamu yönetimi birimlerinin turizm destinasyonu yönetiminde üstlenmesi gereken rolleri tespit etmeye yönelik araştırma sorularına ilişkin katılımcı değerlendirmeleri yer almaktadır. Bu kapsamda, öncelikle genel olarak kamu yönetiminin turizm destinasyonu yönetiminde rol alıp almaması ve alması gereken rollere yönelik elde edilen bulgulara yer verilmiştir. İkinci olarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizm destinasyonu yönetiminde rol alıp almaması ve alması gereken rollere yönelik elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Üçüncü olarak, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün turizm destinasyonu yönetiminde rol alıp almaması ve alması gereken rollere yönelik elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Dördüncü olarak, belediyenin turizm destinasyonu yönetiminde rol alıp almaması ve alması gereken rollere yönelik elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Beşinci olarak, kamu kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşların turizm destinasyonu yönetiminde rol alıp almaması ve alması gereken rollere yönelik elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

5.3.1. Kamu Yönetiminin Turizm Destinasyonu Yönetimindeki Rolüne İlişkin Bulgular

Bu bölümde, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetiminin tarafından üstlenilebilecek rollere ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetiminin üstlenmesi gereken roller tespit edilecektir.

Genel Araştırma Sorusu 2: Turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetiminin üstlenmesi gereken roller nelerdir?

K15: "Burada belki vurgulanmak istenen şudur. Kamu yönetiminin rolünün düzeyi ne olmalıdır? Çok uzun yıllara dayanan bir tartışma konusudur. Devlet ne kadar olmalıdır turizmde? Şimdi, destinasyon yönetiminde kamu tamamen pasif kalmalıdır ya da hiçbir rolü olmamalıdır dediğiniz zaman oradaki yatırımları kim kontrol edecek sorusu akla gelir. Yani insanlar akılları gelen her yere yatırım yapsınlar mı? Burayı yıkıp burayı yapalım dediğiniz zaman ne olacak yani? Bazı teşviklerin verilmesi gerekir destinasyonun geliştirilmesi için bu nedenle, önemli bir rolü var. Çünkü bu tamamen gri bir alanda oluşan bir konu. Yani hiç kimse özel

sektör şahanedir devlet karışmasın ya da devlet şahanedir özel sektör karışmasın diyemiyor. Her ülkenin kendi konumu, insan yapısı, etik değerleri vs. bunu belirlemek için belki bir şey [etken] olabilir."

K15'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetiminin rol üstlenmemesi söz konusu değildir. K15'e göre, burada üzerinde durulması gereken nokta, kamu yönetiminin üstleneceği rollerin düzeyidir. Yatırım yapılacak yerlerin belirlenmesi ve turizm destinasyonunun geliştirilmesinde teşvik rolünün, kamu yönetimi tarafından üstlenmesi gerektiğini savunan K15, üstlenilecek rollerdeki düzeyin ise ülkenin yapısı, toplum yapısı ve etik değerlere göre değişiklik gösterebileceğini ifade etmektedir.

K6: "Elbette mutlaka rol almalıdır. Çünkü turizm çok sofistike bir olay. Yani sadece destinasyon bazında da değil. Ülke bazında gerçekleşiyor. Merkezi yönetim tarafından bazı şeylerin yapılması lazım. Mesela veri toplanması lazım. Turizmle ilgili verileri toplamak destinasyonla ilişkili değil sadece, genel olarak ülke turizmiyle de ilişkili. Dolayısıyla kamu yönetimi muhakkak rol almalıdır. Çünkü altyapı hizmetleri başkaları tarafından verilemez, yürütülemez, denetim başkaları tarafından yapılamaz, yani rol almaması diye bir şey söz konusu değil. Ama ne kadar rol alır denirse! Demin saydığımız çerçevede, kendisine düşen mesela, tabi burada demin söylemedik ama rekreasyon alanlarını inşa etmek, bunları işler durumda tutmak da kamu yönetiminin görevi. Dolayısıyla orada kamu yönetimi, ben burada belediye anlıyorum, çünkü yeni şeye göre kamu yönetimi büyük oranda belediye demek. Daha önce belki valilik, kaymakamlık demektir ama artık belediyelere verilen yetkilerle birlikte belediyeler anlamına geliyor. Altyapı hizmetlerinin geliştirilmesi, sektör üzerinde denetleyici rol oynamak, temizlik ve çevre korumaya ilişkin önlemler, bunu kamu yapacak tabi ama işletmeler ve yerel halk da katkıda bulunacak."

K6 da K15 gibi, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetiminin rol almamasının mümkün olmadığını, ancak üstlenilecek roldeki düzeyin tartışılabilir olduğunu savunmaktadır. K6'ya göre; altyapı yatırımları, denetleme, temizlik ve çevrenin korunması rolleri, kamu yönetimi dışında bir tarafın üstlenebileceği roller değildir. Bununla birlikte, üstlenilen bu rollerin yürütülmesi sürecine özel sektör ve yerel halkın da katkıda bulunması gerektiğinin altını çizmektedir.

K8: *"Kamu yönetimi destinasyon yönetiminde mutlaka rol almalıdır. O da yine şeye bağlı yani o devletin kabul ettiği yönetim sistemine bağlı. Yani diyelim ki daha çok âdem-i merkeziyetçi yapılar var, merkeziyetçi yapılar var. Merkeziyetçi yapılarda biliyorsun devlet, bütün hizmetlerin hepsini devlet sağlıyor, o yüzden nedir? Özel sektör olaya müdahil olmuyor."*

K8'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetiminin rol üstlenip üstlenmemesi ya da hangi rolleri üstleneceği, devletin kabul ettiği yönetim sisteminin merkeziyetçi ya da adem-i merkeziyetçi bir yaklaşıma sahip olup olmamasına göre değişiklik gösterecektir. K8, merkeziyetçi yapıdaki ülkelerde, tüm hizmetlerin devlet tarafından yerine getirildiğini, özel sektörün ise dışarıda kaldığını belirtmektedir.

K1: *"Tabi, yani şimdi mesela kamu yönetimi bir kere planlama işinin içinde olacak. Yani bu olmazsa olmaz. Şimdi planlama dediğimizde birçok şey işin içine giriyor, sınırı koymak kamu yönetiminde olmalıdır. Bu planlamayla olan bir şey, dolayısıyla planlama kamunun kontrolünde yürütülmesi gerekir ama katılımcı bir planlama olması lazım, o da ayrı bir mesele. Kamuyu mecburen ön plana getiren bir şey var. O da turizm gelişimiyle ilgili ekstradan atacağımız her bir adım para demek, bunu fonlayacak kurumlar kuruluşlar, kamu kuruluşları mecburen."*

K3: *"Merkezi yönetim, boğaz sahilinin, deniz sahilinin, göllerin, doğal alanların tapusu bir kurumda mı? Yetki kimde? Koruma ve kullanması kamuda olduğu için merkezi yönetim, merkezi yönetim içine baktığın zaman sadece Turizm Bakanlığı diye değil. Orman Bakanlığı, Çevre Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Eğitim Bakanlığı bunlar arasında koordinasyon olması lazım ama turizmle ilgili."*

Turizm destinasyonu yönetiminde, kamu yönetimi K1'e göre planlama rolünü, K3'e göre ise koordinasyon rolünü üstlenmelidir. K1, planlama rolünü neden kamu yönetiminin üstlenmesi gerektiğini, turizm ile ilgili herhangi bir konuda fona ihtiyaç duyulması durumunda, bunun kamu tarafından karşılanıyor olması şeklinde açıklamaktadır.

K19: *"Bizim gözümüzde devlet büyüktür. Bizde devlet ön açıcıdır, mevzuatlar falan vs. turizmin önünü açarsınız, engelleri ortadan kaldırırsınız. Yol açacak ve olması gereken işleri yapacak ve hızlı bir şekilde onaylayacak, ama hızlı onaylayacak. Devlet, konuları uzun dönemli*

düşünen bir yapıdır, mevzuata aykırıysa onun bir gerekçesi vardır, mesela çevrenin korunması. Buna aykırı olmadığı müddetçe yatırımları engellemek gerekir. Devletin bir de denetleme boyutuyla ilgilenmeli. Yatırım boyutuyla ilgilenmemeli, yatırım çünkü özel sektörün işi."

K19'a göre, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetimi, ön açıcı ve denetleme rollerini üstlenmelidir. Ayrıca K19'a göre devlet, yatırımı özel sektöre bırakmalıdır.

K10: "Kamu yönetimi turizm destinasyonu yönetiminde mutlaka rol almalıdır. Pazarlama, tanıtım, altyapının hazırlanması gibi rollerde kamu yönetimi mutlaka rol almalıdır."

K5: "Kamu yönetimi, koordinasyon, denetim ve yol gösterici olarak rol almalıdır. Örtülü bir rol alacak, direkt rolü olmayacak. ... bir bölgeyi destinasyon olarak yeni başlarken belki aktif rolü olabilir. Ama destinasyon olarak kesinleştikten sonra, tescil edip onayladıktan sonra artık örtülü bir rolü olabilir. Düzenleyici, denetleyici vs. arka planda kalarak olayları izler, hata varsa yanlış varsa onlara müdahale eder."

Turizm destinasyonu yönetiminde, kamu yönetimi K10'a göre pazarlama, tanıtım ve altyapı rollerini üstlenmelidir. K5'e göre ise koordinasyon, denetim, yol gösterici ve düzenleyici rolleri üstlenmesi gereken kamu yönetimi bu rolleri; turizm destinasyonunun başlangıç aşamasında aktif olarak, turizm destinasyonu olma süreci tamamlandıktan sonra da arka planda varlığını belli etmeden yerine getirmelidir.

K7: "Kesinlikle rol almalıdır. Destinasyonun planlanması görevi, hani teknik planlama görevini kamuya vermek bu anlamda daha ne diyelim imar planları gibi ölçeklendirme ve bunun yürütülmesi anlamındaki çalışmaları veya bir destinasyon olgusunun oluşumu noktasındaki politika geliştirilmesini, stratejileri daha çok kamu inisiyatifi içerisinde sürdürmek daha doğru. Ama işletilmesi birlikte olabilir. Kamu ve ... diğer paydaşlarla işbirliği içinde kararların alınması ve sürdürülmesi daha doğru."

K7 de turizm destinasyonu yönetiminde, kamu yönetiminin özellikle turizm destinasyonu olma sürecinin başlangıç aşamasında; politikaların belirlenmesi, imar planlarının hazırlanması ve strateji geliştirilmesi rollerini üstlenmesini, turizm destinasyonu olduktan sonra ise; sürdürülebilir hale getirmek amacıyla diğer paydaşlarla birlikte kararların alınmasını savunmaktadır.

K17: "Kamu yönetimi aktif rol almamalıdır. Koordinasyonda, bir koordinasyon görevi üstlenmelidir ve de genişletilmiş komisyonun öngördüğü önceliklere göre altyapıya belirli boyutlarda destek vermelidir. Bu destek finans, teknik ve de mevcut uzmanları varsa onlardan faydalanarak sağlanmalıdır. Kamu yönetimi, bölgeler arasında ulaşılabilirliği ve sürdürülebilir iletişim ağının oluşmasına katkıda bulunmalıdır. İşletme ve gelişme planları daha ziyade diğer paydaşlar tarafından üstlenilip, yürütülmelidir ve ortak oluşacak bir grup bütün gelişmelerin denetimini üstlenmelidir ve bu denetim fonksiyonu, kamu yönetiminden de bağımsız oluşturulmalıdır."

K17'ye göre, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetimi, aktif olarak rol almamalıdır. Bununla birlikte, koordinasyon rolünü üstlenebileceğini ifade eden K17'ye göre, kamu yönetimi altyapı konusunda yapılacak tüm işleri tek başına yapmak yerine finans, teknik ve uzman insan kaynağı alanlarında belirli bir destekle yetinmelidir. Kamu yönetiminin bölgeler arasında ulaşılabilirlik ve sürdürülebilir iletişim ağına katkıda bulunması gerektiğini ifade eden K17, işletme ve gelişme planlarında kamu yönetimi yerine diğer paydaşların rol almasını savunmaktadır. Ayrıca denetim rolünün de paydaşlardan oluşacak bir grup tarafından kamu yönetiminden bağımsız olarak yürütülmesini savunmaktadır.

K18: "Devlet, özel sektörün ya da turizm destinasyonunu yöneten kişilerin istediği değişiklikler konusunda ona yardımcı olmalıdır. Onları düzenleyen, onlara çeki düzen veren, onları hizaya sokan aktör olmamalıdır. Devlet belki yönlendirici olabilir ama önlerini açma, vizyon verme anlamında yönlendirici olmalı. Yoksa onları engelleyici, onları baskılayıcı, onları sınırlayıcı kontrol altında tutma amaçlı hareket eden bir aygıt halinde olmamalıdır diye düşünüyorum. Devletsiz de olmaz çünkü niye? Özel sektörün de bazen kârı Kâbe kabul etme anlayışı vardır. Bu anlayışın da sınırlanması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü burada da [özel sektör] değerleri, kamu hizmetini, kamu yönetimini, vatandaş haklarını, kamu yararını öncelemeyebilir, kendi çıkarını önceleyebilir. Bu açıdan devletin düzenleyiciliğinin de ve denetleyiciliğinin de önemli ve gerekli olduğunu düşünüyorum."

K18'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetimi yardımcı rolünü üstlenmeli ve turizm destinasyonunu yöneten tarafların önünü açan ve vizyon geliştirme noktasında yönlendirici rolleri üstlenen bir pozisyonda yer almalıdır. Bununla birlikte

"Özel sektörün de bazen kârı Kabe kabul etme anlayışı vardır." ifadesi, K17'nin işletme ve gelişme planlarında kamu yönetiminin bertaraf edilmesi görüşünün sorgulanmasına neden olmaktadır.

K4: "Kamunun destinasyon yönetimindeki rolü, ancak o destinasyonda politikayı belirleyenler hangi tür turizme hizmet edeceklerse ona göre politika belirleniyor. Yani eğer Türkiye, kültür turizmine yatırım yapacak olsaydı kamunun bu konuda önemli bir rolü var diyebilirdik ki geçmişte vardı. Ama Türkiye kitle turizmi yönünde aldığı için kararını, kamunun rolü Türkiye'de altyapı yatırımını yapmak üstyapı yatırımlarını özel şirketlere bırakmak şeklinde oldu. Dolayısıyla onu da bence ikiye ayırmak lazım. Kültür turizminde kamunun rolü, destinasyon olarak Türkiye'yi yurt dışında çeşitli ülkelerde tanıtmak, Türkiye hakkında farkındalık yaratmak, Türkiye'yi bir kültür ülkesi olarak sunmak, Türkiye'nin zenginliklerini vurgulamak ve Türkiye'nin ziyaret edilebilir güvenilir bir ülke olduğu imajını yaratmak, Türkiye'nin imajını yaratmak."

K4'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde kamu yönetiminin rol alıp almaması, turizm türüne göre değişiklik gösterecektir. Kitle turizminin benimsenmesi durumunda, kamu yönetiminin altyapı yatırımlarını üstlendiğini ifade eden K4, kültür turizminin tercih edilmesi durumunda ise kamu yönetiminin tanıtım, farkındalık yaratmak, kültür turizmini öne çıkarmak ve güvenilir ülke imajını oluşturmak rollerini üstlenmesi gerektiğini savunmaktadır.

K9: "Kamu yönetimi olmadan da bu oyun oynanabilir. Fakat bana göre, kamu yönetimi bu işin içerisinde olmalı. Kamu yönetimi nasıl bu işin içerisinde olmalı? Kamu yönetimi bu işin içerisinde toplamda baktığımızda hani asıl oyuncu olarak yer almamalı. Kamu yönetimi daha çok düzenleyici ve denetleyici olarak yer almalı bu işin içerisinde. Ama kamu yönetimi kamunun kültüründen ayrı düşünülmez bir olay. Dolayısıyla destinasyon yönetiminde, kamu yönetiminden bahsederken ya da belirli bir destinasyonun yönetiminden bahsederken, o toplumun kültürel yapısından da yani özellikle yönetim kültüründen de dem vurmak lazım."

K9'a göre, turizm destinasyonu yönetimi, kamu yönetimi olmadan da yürütülebilir olmasına rağmen, kamu yönetimi bu süreçte, başrol yerine düzenleyici ve denetleyici rolleri üstlenmelidir. Bununla birlikte, turizm destinasyonu yönetiminin nasıl yürütüleceği konusunda, turizm destinasyonunda bulunan toplumun ve yönetim kültürünün dikkate alınması da K9 tarafından vurgulanmaktadır.

5.3.2. Turizm Destinasyonu Yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı Rolüne İlişkin Bulgular

Bu bölümde, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından üstlenilebilecek rollere ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın üstlenmesi gereken roller tespit edilecektir.

Özel Araştırma Sorusu 1: Turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın üstlenmesi gereken roller nelerdir?

K1: "Kültür ve Turizm Bakanlığı ulusal ölçekte yapılabilecek şeyleri yapıyor, kuşku yok. Denetlemeyle ilgili bir sorun olduğunu düşünüyorum. Yani denetleme mekanizması işlemiyor, sıkıntılar var. Hani bu sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın çözeceği bir şey değil aslında. Ama şu anda denetleme yetkisi onda diye bunu söylüyorum. Ama ulusal ölçekte, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nu ben başarılı buluyorum. Fakat Türkiye'de destinasyon yönetimi dediğimizde de yine söylüyorum Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ulusal ölçekli yönetim uygulamalarını değil ben her il özelinde çünkü her ilin belli bir turizm potansiyeli var, Türkiye öyle bir ülke. Her il özelinde, bir destinasyon yönetim pratiğinin gelişmesi gerektiğini düşünüyorum bu noktada çok eksikiz."

K1'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı, il düzeyi yerine ulusal düzeyde rol üstlenmelidir. Her ilin kendine has özellikleri nedeniyle, her il için farklı bir destinasyon yönetim anlayışının benimsenmesi gerektiğini savunan K1'e göre, Kültür ve Turizm Bakanlığı denetim yetksine sahip olması nedeniyle bu role ağırlık vermelidir.

K5: "Kültür ve Turizm Bakanlığı, destinasyonun oluşturulması esnasında aktif rol alsın, ama destinasyon artık rüştünü ispat ettikten sonra arka planda destekleyici rol üstlenmelidir."

K8: "Turizmin gelişmişlik durumlarına bağlı olarak, yani bölgelerin, destinasyonların gelişmişlik özelliklerine bakarsak, tabi burada şimdi biz konuşurken yani daha çok Türkiye ölçeğinde bu olaya bakıyoruz. Ondan dolayı da konumuz mecburen bölgesel destinasyonu tarif ederken veya"

konuşurken hep bölge coğrafi bölge odaklı olarak destinasyon kavramı üzerinde konuşuyoruz. Ama burada bölgesel bazlı başladığımızda o zaman o bölgenin gelişmişlik düzeyine bağlı olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın rolü değişebilir. Eğer yeni bir bölgeyse o bölgenin desteklenmesi açısından yani girişimcilerin desteklenmesi, o halkın yerel halkın turizm olayına katılabilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yani devletin olaya büyük bir şekilde müdahil olması gerekiyor. Ama bölge gelişmişse, oturmuşsa burada artık yatırımların, teşvik edici bir teşvik değil de sadece kontrol ve denetim anlamında. Bir de şu olabilir o da yine pazarlamayı da bölgenin yapması lazım. Onların ellerini taşın altına koymaları lazım ki kendi pazarlamalarını kendi destinasyon yönetim örgütlerini oluşturarak onların, yapması lazım. Ama dediğim gibi daha yeni bir bölgeyse Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın etkin bir şekilde girmesi gerekiyor. Hem finansman anlamında hem tanıtım anlamında, hem eğitim anlamında bu şekilde olaya girmesi gerekiyor. Kültür ve Turizm Bakanlığı daha çok ülke çapında rol üstlenmesi gerekir."

K5 ve K8'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın üstlenmesi gereken roller, turizm destinasyonunun başlangıç ve gelişme aşamasına göre değişiklik göstermektedir. Bu bağlamda, turizm destinasyonunun başlangıç düzeyinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yatırımcıların ikna edilmesi, yerel halkın bilinçlendirilmesi, finansman, tanıtım, eğitim ve gerekli altyapı hizmetlerinin sunulması konularında aktif bir şekilde rol alması gerektiğini ifade eden K5 ve K8, turizm destinasyonunun belirli bir olgunluğa ulaşmasından sonra, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın denetim ve kontrol rollerini üstlenmesi gerektiğini savunmaktadır.

K3: "Aslında direkt olaraktan bir kuruma teslim edilmesi de yanlış. Yani Kültür ve Turizm Bakanlığı tek başına değil, paydaşlarıyla beraber örgütlenerek koordinasyon içinde yapması lazım."

K7: "Kültür ve Turizm Bakanlığı hani doğrudan turizm destinasyonu yönetimi üzerine bir etki etmemesini ben önerebilirim. Hani İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yapılanması da destinasyon örgütlenme modeli içerisinde yer alabilir. Bakın yer alabilir diyorum. Hani almak zorunda

midir? Şu yapılanma içerisinde çok da gerektiğini düşünmüyorum açıkçası. Ama hani ala da bilir. Çünkü destinasyonların pazarlanması ve yönetilmesi tek bir kuruma bırakılmayacak kadar hassas bir konu bence. ... sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı bu işi yürütsün ya da sadece valilik yürütsün tek başına, hani valilik bünyesinde ya da günümüzde daha yaygın olan belediye, büyükşehir belediyeleri içerisinde bu yapılanma oluşsun gibi, tek başına bir yapılanmaya ben sıcak bakmıyorum açıkçası ve yeterli görmüyorum."

Turizm destinasyonu yönetimi, K3 ve K7'ye göre, Kültür ve Turizm Bakanlığı ya da herhangi bir yapılanmaya tek başına bırakılmayacak kadar önemli bir konudur. K7, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bu süreçte bir etkisinin olmamasını savunurken K3 ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bu süreci, diğer paydaşların da yer aldığı bir örgüt aracılığıyla koordinasyon içerisinde yürütmesine vurgu yapmıştır.

K10: "Kültür ve Turizm Bakanlığı rol üstlenmelidir. Bunun en güzel örneği Belek ve Kemer örnekleridir. Turizm destinasyonu yönetiminde rol üstlendi, tabi onlar belirlediler alanları, neler yapılacağını bir proje oldu, DPT'de geçti, onaylandı yani hep kamu ondan sonra özel sektöre dediler; tamam burasını açıyoruz yatırımlara ve destinasyonun altyapısını biz yapacağız yol, su, elektrik, kanalizasyon; üstyapıyı da buyurun siz yapın ve en güzel örneği de orada."

K10'a göre, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı, rol üstlenmelidir. Turizm destinasyonu olacak alanın sınırlarının belirlenmesi, planlamanın yapılması, yol, su, kanalizasyon ve elektrik gibi altyapı hizmetlerini sağlama rollerinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından, üstyapı yatırımı rolünün de yatırım yapmak için ikna edilen özel sektör tarafından üstlenilmesinin yerinde bir yaklaşım olacağını Belek ve Kemer örneklerini göstererek ifade etmektedir.

K6: "Planlayıcı rol üstlenebilir. Burada bir destinasyonun geliştirilmesi açısından Kültür ve Turizm Bakanlığı planlayıcı rol üstlenir. Çünkü bu planlamaların merkezde yapılması şundan gerekli. Çünkü birçok arazi, turizm alanı hazine arazisi, orman arazisi belki. Dolayısıyla, bunların Orman Bakanlığı'yla işte hazineyle işbirliği içerisinde turizm alanı hale

getirilmesi ancak merkezi bir teşkilatla yerine getirilebilir. O da Kültür ve Turizm Bakanlığı teşkilatı, daha yukarıdan bir teşkilat. Bunun üstlenebileceği rol planlama rolü üstlenebilir, tanıtımda rol üstlenebilir, çünkü bizim destinasyonlarımızı biz tanıtımını, pazarlamasını ben işletmeler dedim ama tanıtımını sadece işletmeler yapamıyor. Kendi işletmelerini pazarlarken destinasyonu pazarlıyor gibi düşünüyoruz ama pazarlama biraz daha genel. Çünkü imaj da işin içine giriyor. Ülke imajı, bölge imajı, il imajı, ilçe imajı, destinasyonda böyle aşağı doğru gidiyor. Dolayısıyla burada ülke imajını, genel imajı oluşturacak olan Kültür ve Turizm Bakanlığı tanıtımıdır. Bu bakımdan tanıtım rolü, planlama rolü gibi roller üstlenebilir. Denetim rolü, veri toplama rolü, bunları zaten yerine getiriyor. Bunları da devam ettirmeli. Çünkü veri toplama işini merkezi yapmakta yarar var."

K6'ya göre, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın planlama; tanıtım; ülke, bölge, il ve ilçe düzeyinde imaj faaliyetleri; denetim ve veri toplama rollerini üstlenmesi gerektiğini ifade etmektedir.

K9: "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bir oyuncu olmasını isterim, arzu ederim, onsuz olmaz çünkü. Ama o düzenlemeli ve denetlemeli, onun dışında müdahil olmamalı. Yani yörede de bu böyle ülke genelinde de bu böyle. Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm stratejileri gibi planları yapmış olsa ya da olmasın, bu planları hayata geçirecek uygulayıcılar, oyuncular bu planları ne kadar benimsiyorlar, onların yapıları buna müsait mi? Yani örgüt yapıları buna müsait mi, örgüt kültürleri buna izin veriyor mu, o örgütlerdeki liderlik anlayışı bunu destekliyor mu bunlara bakıyoruz, bunlar yoksa plan yapabilirsiniz. Bu ülkenin rafları planlarla doludur yani. Yani oyuncuların içine dâhil olmadığı bir plandan bahsederseniz eğer o plan hayata geçmez."

K9, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, yöre ölçeğinden ülke ölçeğine kadar tüm turizm destinasyonlarında, sadece düzenleme ve denetleme rollerini üstlenmesini savunmaktadır. K9'un "Bu ülkenin rafları planlarla doludur yani."

ifadesi, aslında buraya kadar birçok katılımcının altını çizdiği, planlama rolünün Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından üstlenilmesi yaklaşımını tartışmaya açmaktadır.

K14: "Turizm Bakanlığı'nın ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün hantal bir yapıya sahip olduğunu düşünüyorum. Bir işler yapıyorlarsa da bunu da duyuramıyorlar, iletişimi kopuk malasef. Paylaşımları az, gerçekten çok faydalı dosyalar, raporlar hazırlanıyor olabilir ama bu önemli bir husus değil. Hazırlama, önemli bir husus değildir. Hazırlanan bilgileri, dosyaları paylaşmak, hayata geçirilmesi için aracılık yapmak bunlar önemli. Bunları yapmadıktan sonra o raporlar ne işe yarayacak? Hiçbir önemi yok. Malasef Turizm Bakanlığı, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü bu anlamda zayıf diye düşünüyorum. Onun dışında destinasyon yönetimi kapsamında bakanlığın neredeyse çok az etkisi var. Belli izinler doğrultusunda. Ama onun dışında il yönetimine bırakılmış."

K14, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hantal yapısı nedeniyle diğer paydaşlarla bir iletişim ve koordinasyon sorununun olduğunu ifade etmektedir. K14 de faydalı rapor ve dosyalar hazırlanmasının yeterli olmadığını ve K9'un da altını çizdiği gibi önemli olanın bu planları uygulayabilecek bir örgüt yapısına sahip olmak olduğunu savunmaktadır.

K11: "Yani şimdi Kültür ve Turizm Bakanlığı rol almalı ama şimdi Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapısını sorgulamak gerekir. Üstlendiği fonksiyonları sorgulamak gerekiyor. Biraz daha yol gösterici guide dediğimiz rehber rolüne bürünmesi gerekiyor. Bakanlık açıkçası yetersiz kalıyor. Yerel yönetimler olsun, destinasyon olsun, üniversiteler olsun, turizm bölümleri yetersiz, ciddi bir koordinasyon eksikliği var bakanlıkla. Yani koordinasyon sağlanamıyor. Bir de bakanlıkta bakıyorsun çalışanlara turizm eğitimi almamış çoğu. Dolayısıyla onların yaklaşımı daha farklı oluyor eğer bu yapıyla bakanlığı, bu işin içerisine sokarsak yanlış olur. Bakanlık önce kendini revize eder, gerçekten bu işin eğitimini almış geniş vizyonu olan kişiler, birimler oluşturulursa mutlaka her aşamada rol almalı. Ama şu mevcut haliyle bırak uzak dursunlar."

K18: "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın mutlaka varlığının gerekliliğine inanıyorum. Fakat bir çeşitlendirmeye gitmesini, daha esnek bir yapıya

gitmesini, vizyonunu da geliştirmesi gerektiğini düşünüyorum. Bürokratik usullerden uzaklaşması, daha serbest belki diğer bakanlıklardan daha rahat hareket edebilecek, daha geniş yetkilerle donatılmış bir bakanlık şeyine yapısına dönüştürülmesi gerektiğini düşünüyorum. Aksi takdirde onun da bürokrasinin ve devletin ağır işleyen mantığının etkisinde kalarak turizme öncülük edemeyeceğini düşünüyorum. Şu anda çok yeterli olduğunu düşünmüyorum doğrusu."

K11 ve K18'e göre, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapılanmasında bazı değişikliklerin yapılması gerekmektedir. K11, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın mutlaka ve her aşamada rol almasını savunmakla birlikte, bakanlığın kendisini revize etmesi ve turizm alanında eğitim almış uzmanların istihdam edilmesi şartını ortaya koymaktadır. K18 de K11 gibi, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın daha esnek ve bağımsız olarak daha geniş yetkilerle donatılmasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. K11 ve K18'e göre, tespit ettikleri koşullarda bir iyileşme yaşanmaması durumunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı bu süreçten uzak durmalı (K11) aksi takdirde bürokrasinin hantal (K18) bir yapısından öteye gitmeyecektir.

K15: "Kültür ve Turizm Bakanlığı doğal rollere sahiptir. Bu rolleri kamu yönetimi sorusunda belirttiğim için tekrarlamaya gerek yok. Fakat belki bakanlığın yapısının belki de bir gözden geçirilerek bir sınırlar çizilmesi gerekir. Bu sınırlar bazı olumsuzlukları kendiliğinden giderir. Aksi takdirde bakanlıkların politik birimler olması nedeniyle ne emir gelirse o yapılır."

K16: "Bence politik bir yapı oldukları için aslında yapabildikleri kadarını yapıyorlar. Biraz aslında daha çok pazarlama üzerinde, pazarlama derken dar pazarlama sadece promosyon. Ne yapıyorlar? İşte tanıtım, bütçeleri var gidiyorlar işte fuarlara, yer veriyorlar. Bakanlık politik bir birim için hükümete bağlı kalıyor. Bu nedenle destinasyon yönetiminde daha ayrı bir birim olması gerekiyor ve yetkilendirilmesi gerekiyor."

K15 ve K16 da Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapısı üzerinde durmaktadır. Politik yapı olması nedeniyle bakanlığın, hükümetten gelen direktifler doğrultusunda hareket ettiğini savunan K16'ya göre, destinasyon yönetiminde yetkilendirilmiş farklı bir birim rol almalıdır.

K13: "Kültür ve Turizm Bakanlığı yerine Dışişleri Bakanlığı bünyesinde bir Turizm Genel Müdürlüğü, İçişleri Bakanlığı bünyesinde bir Kültür Genel Müdürlüğü olsun. Yani ben Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Türkiye turizminin ve kültürünün gelişmesinde en büyük engel olarak görüyorum. Turizmde tanıtma Dışişleri Bakanlığı aracılığıyla ve Dışişleri Bakanlığı'ndaki mutlaka büyükelçiler, konsololar, maslahatgüzarlar, ataşeler yani kültür ve turizm ataşeleri aracılığıyla oralarda birtakım etkinlikler yapılarak yani Dışişleri Bakanlığı aracılığıyla ve işbirliğiyle bunun daha kolay olacağını düşünüyorum."

K13, katılımcıların bir kısmı tarafından Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ilişkin olumsuz değerlendirmelerini daha da ileri bir noktaya taşıyarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kaldırılmasını savunmaktadır. Bu bağlamda, Dışişleri Bakanlığı bünyesinde bir Turizm Genel Müdürlüğü ile İçişleri Bakanlığı bünyesinde oluşturulacak bir Kültür Genel Müdürlüğü'nün Türkiye turizminin gelişimi açısından daha yerinde olacağını ifade etmektedir.

K4: "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın destinasyon yönetimindeki rolü şu anda iki ayrı pazar için dikkate almak lazım. Kültür turizmi söz konusu olduğunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı destinasyon yönetiminde doğrudan doğruya rol almalıdır. Evet, bunu nasıl yapmalıdır? Kültür turistlerinin tükettiği ürünlerinin kamusal nitelikte olanlarını geliştirmeli, düzenlemeli, ulaşılabilir hale getirmeli, kapasitesini kontrol edebilmeli ve bunların tüketme koşullarını belirlemeli ve aynı zamanda bunları tükettirecek olan işletmeleri ve konaklama işletmelerini ve seyahat işletmelerini bir şekilde denetleyebilmelidir. Dolayısıyla, destinasyon yönetiminde her ne kadar biz bölge olarak alsak bile Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı veya vakıflara bağlı kamu nitelikli olan tüm şeyler müzeler, ören yerleri doğrudan doğruya destinasyon yönetiminin bir parçasıdır. Yani Efes'i tanıtmalıdır, yedi kiliseleri tanıtmalıdır ... Ama tanıtım önemli değil, buraları turizme açabilmelidir. Ben şunu demek istemiyorum. Yani kazı yapılsın da açılsın turistler ziyaret etsin değil. Ama Kültür ve Turizm Bakanlığı böyle bakıyor. Özellikle yatırım büyüklükleri konusunda belediyelerle işbirliği yaparak Kültür ve Turizm Bakanlığı, yatırımların cesametini bence kontrol

edebilmelidir. Dolayısıyla yatırım düzeyinde özel sektör, Kültür ve Turizm Bakanlığı, kentsel düzeyde master planları oluşturulurken belediyelerle işbirliği yapabilir, guide yayınlar, neler yapabileceğini belirleyebilir, yol gösterebilir. ... destinasyonu pazarlayan ve satan kuruluşların üzerinde bir denetime sahiptir. Ondan sonra yani kamunun en üst düzeyde aldığı kararları uygulanması konusunda görüş bildiren, yatırımcıya finans sağlanmasında kolaylık sağlayan, garantörlük yapan, kendisi de vaktiyle yatırım yapmış bir kurum. Yatırım yapılırken, finans sağlarken, planlama yapılırken rol üstleniyor. Bir de denetim aşamasında doğrudan üstleniyor. Böyle bir Şey olmasın mı? Yok,  yle bir Şey olmasın diyemem. Daha çok kaos olur. En azından Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışışleri Bakanlığı'yla Şu anda Türkiye'nin en modern kamu nitelikli kurumlarından bir tanesi."

K4'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın üstlenebileceği roller, turizm türüne bağlı olarak değişecektir. K4'e göre, kültür turizminde Kültür ve Turizm Bakanlığı doğrudan rol almalıdır. K4 bu rolleri; turistler tarafından tüketecek kamusal ürünlerin geliştirilmesi, düzenlenmesi, ulaşılabilir hale getirilmesi, kapasitesinin kontrol edilmesi, tüketim koşullarının belirlenmesi, turist akışının sağlanması, nitelikli hale getirilmesi ve bu ürünleri sunacak turizm işletmelerinin denetlenmesi Şeklinde ifade etmektedir. Ülkenin tanıtımı, kültürel kaynakların turizme açılması, yatırım konusunda belediyelerle işbirliği yaparak yatırımların kontrol altında tutulması, yol gösterici rehberlerin hazırlanması, destinasyonu pazarlayan kuruluşların denetimi, rehberlik belgesinin verilmesi ve rehberlerin denetimi, finansman sağlanmasında kolaylık sağlama ve alınan kararların uygulanması noktasında görüş bildirme rollerini üstlenmelidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, turizmle ilgili birçok alanda rol sahibi olmasının, günümüz koşullarında, bir kaosa yol a maması bakımından önemli olduğunun altını çizen K4'e göre, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye'nin en modern kamu nitelikli kurumlarından bir tanesidir.

5.3.3. Turizm Destinasyonu Yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünün Rolüne İlişkin Bulgular

Bu bölümde, turizm destinasyonu yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından üstlenilebilecek rollere ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonu yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün üstlenmesi gereken roller tespit edilecektir.

Özel Araştırma Sorusu 2: Turizm destinasyonu yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün üstlenmesi gereken roller nelerdir?

K1: "İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ciddi bir atalet içerisinde. Kesinlikle turizmin gelişimine katkıları, yani ben bildiğim iller içinde söyleyebilirim, bu konuda daha önce bir iki çalışma girişiminde de bulundum. Dolayısıyla bir iki tanesine ulaştım bir şeyler elde etmeye çalıştım ama kesinlikle hiçbir fonksiyonu olmayan bir yapı konumunda şu an. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, bölgede koordinasyonu sağlaması gereken kuruluş bunu yapamıyor."

K3: "Sahi, ne yapıyor bunlar! Bakanlık bize ne veriyorsa biz onu yapıyoruz. Bakanlık da bir şey vermiyormuş. Baktığın zaman, turizm il müdürlüklerine gittiğin zaman, fonksiyonel hiçbir şeyleri yok, aktif hiçbir hareketleri yok. Bakanlığın 2023 planını koymuş biz ona göre devam ediyoruz. Şu anda 10. Beş yıllık kalkınmadayız değil mi? 2014-2018. Turizm il müdürlükleri diyor ki biz sadece bakanlığın bize verdiği işleri yapıyoruz, bakanlığın verdiği işler de rutin işler."

K1 ve K3, turizm destinasyonu yönetimi sürecinde, İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin herhangi bir rol üstlenmediğini ve hiçbir işlevlerinin olmadığını savunmaktadır. Bununla birlikte, K1'e göre bu müdürlükler bölgede koordinasyon rolünü üstlenmelidir.

K5: "Şu anki durumları itibariyle İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin durumu iyi değil, çalışmıyorlar, çalışmıyorlar. Çalışması için para! Para yok. İl Özel İdareleri gidiyor şimdi nasıl olacak. Kim finansmanını sağlayacak bunun?"

K11: *"İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerini ben pasif görüyorum. Şimdi niye pasif? Hepimiz yaşıyoruz burada görüyoruz. Bir şey yapılacak gelip tanışıyorlar iyi niyetle ama biraz daha fonksiyonel olması gerekiyor. Şimdi bir defa Avrupa ülkelerine gittiğimizde bakıyoruz Kültür Turizm ofisleri var. Nerede? Şehir merkezlerinde. Herkesin ulaşabileceği bir yerde. Şimdi ... için örnek vereyim ben; ...'in merkezinde öyle bir şey yok. Nerede? Valiliğin içerisinde. Şimdi bir yabancı olarak, bırakın yerliyim, ben valiliği bulacağım da valiliğin içerisinde üçüncü katta Kültür Turizm Müdürlüğü'nü bulacağım da bilgi alacağım. Hem bilgiye ulaşmak çok zor, hem içindeki personel de zaten biliyorsunuz o konu malum. Dolayısıyla İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri şu anda hiçbir işe yaramıyorlar."*

K5 ve K11'e göre, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, turizm destinasyonu yönetimi sürecinde herhangi bir rol üstlenecek durumda değiller. K11'e göre, bu müdürlükler hiçbir işe yaramayan faydasız birimler konumundadır.

K10: *"Yani İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün fazla bir rolü yok. Yani merkezi yönetime bağlı olduğu için merkezi yönetimin o ildeki destinasyondaki temsilcisi oluyor. O kararları veremiyor, verilmiş kararları en iyimser düşünceyle kontrol ediyor. Ona da kontrol et denirse. Çünkü bu planlar, hepsi merkezi yönetim tarafından yapıldığı için İl Kültür ve Turizm Müdürü'nün fazla bir rolü yok burada."*

K10 da İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin, merkezi yönetimin ilgili ildeki temsilcisinden öteye gidemediğini, herhangi bir karar verme yetkisinin olmadığı gibi alınan kararları kontrol etmede dahi yetersiz olduklarını düşünmektedir.

K8: *"Ülkemizde, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri çok pasif bir konumda. Daha çok gelen turistlere bilgi verme yani aslında biraz daha tourist information office gibi çalışan yerler. Şu anda benim gördüğüm İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin herhangi bir zaten yaptırım, fonksiyon, işlevi de yok. Yani bunlar aslında kapatılabilir. Kapatılması gerekir. Sadece işte turist information office adında onlar kalacak mutlaka tabii ki. Hatta belediye de kurabilir, onda bir sakınca yok. Zaten aslında böyle ofisleri kurması gereken de o destinasyon yönetim örgütleri zaten. Aslında o bölge,*

kendi tanıtım ofislerini nerelerde kurulacağına, nasıl bir tanıtım yapılmasına onların karar vermesi lazım. 657'ye tabi memur bakıyorum Antalya'ya atanıyor. O memurun ne ... ile ilgili ne ...'nın turizmiyle ilgili herhangi bir altyapısı bir bilgisi olmadığı halde orada görev veriliyor."

K9: "Ben bu İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri hakkında çok olumsuz şeyler düşünüyorum. Bürokratik bir yapı olarak görüyorum. Valiliğin emrinde çalışan işte valiliğe, turizm gerekli olduğu zaman valiliğin gerektiğinde çağırdığı, işte şunu yapın, şu geziyi yapın, şurayı tanıtın dedikleri işlevsel örgüt olarak görüyorum İl Kültür Turizm Müdürlüklerini. Olmasalar daha iyiler. Kaldırılmasında hiçbir sakınca görmüyorum. Varlıkları sıkıntı. Bence gereksiz yere ihdas edilmiş, gereksiz yere makamlar oluşturulmuş, gereksiz yere kadrolaşmış alan bir yer. Yani diyelim sizin 81 ilde, Kültür Turizm Bakanlığı'nda çalışmanız var, diyelim ki her ilde ortalama 5-10 kişi çalışsa ne yapar 810 tane çalışmanız var. Siz 810 kişiye bu şekilde iş imkânı sağlayıp istihdam edeceğinize, 810 tane iyi nitelikli müfettiş alsanız ve onları ülke genelinde çalıştırsanız çok daha farklı noktalara ulaşabilirsiniz. ... potansiyelini çıkartılması işini de yerele bırakırsanız onlar çok daha iyi tespitlerde bulunacaktır. Zaten yerelin desteği olmayan hani ben İl Kültür Turizm Müdürlükleri'nin ortaya çıkarttıkları farkındalık oluşturdukları bir proje bir iş hatırlamıyorum. Kaldırılmasının bir sakıncadan ziyade yararlı olacağını görüyorum. Orada çalışanlar başka işlere aktarılsınlar, o kadrolara da nitelikli müfettişler, denetleme elemanları ya da her neyse adı kamuda teftiş elemanları alınsınlar."

K13: "Kültür ve Turizm Bakanlığı için söylediklerim İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri için de geçerli. Ben 2 yıl İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yaptım. Genel müdürü arıyorsun geri dönmüyor, daire başkanını arıyorsun geri dönmüyor, en sonunda ayrılmak zorunda kaldım. Dedim ki arkadaşlar sizinle turizm falan olmaz! Her ilde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü olmasına gerek yok, bazısında Turizm Müdürlüğü, bazısında Kültür Müdürlüğü, bazısında ikisi de olmayabilir. Yerel yönetim orada bir-iki broşür bastırır olur biter. Çünkü o adam, ülkenin kaynaklarını farklı yönlere doğru yanlış yönlendiriyor."

K8, K9 ve K13, İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin turizm destinasyonu yönetimi sürecinde üstlenebilecekleri herhangi bir rol olmadığı gibi, bu müdürlüklerin derhal kapatılmasının ülke çıkarları doğrultusunda daha yararlı olacağını ifade etmektedirler. Özellikle, 2 yıl İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü görevini yürüten K13'ün böyle düşünmesi düşündürücüdür. K9 tarafından, İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinde kimlerin çalıştırılması gerektiğine yönelik yapılan değerlendirme yerinde bir tespit olarak görülmektedir.

K18: "Turizm il müdürü olan insanların, vizyonu çok geniş insanlar olması lazım, çok hareketli, yabancı dilinin çok iyi olması gerektiğini üniversitelerle, STK'larla, uluslararası örgütlerle ve yurtdışıyla iyi bağlantılarının olması gerektiğini düşünüyorum. ... Dolayısıyla, bu insanların yönettiği bir yapıdan doğrusu ben bir şey beklemiyorum. Ve bunların ürettiği bir değeri de doğrusu ben bilmiyorum. Bunlar, o ile hız kazandıran, ivme kazandıran o ilin turizmine artı değer katması gereken kişiler olması gerekirken olmadığını düşünüyorum. Bunda da en önemli ... kamu yöneticisine bağlıyorum. Yani niye bu böyle? Kurgudan mı? Mevzuatta mı? İmkânlarda mı? İşleyişte mi bir sorun var. Belki imkânlarda bir şey vardır ona bir şey diyemem mutlaka vardır, yani yeterli kaynak aktarılmadığına dair bir kanaatim olabilir, var daha doğrusu. Fakat ondan daha önemlisi, vizyon diye düşünüyorum. O kamu yöneticilerinin o bürokratların değişmemesi, sürekli kalması orada, bir dezavantaj olduğunu ve onların vizyonlarının bu açıdan çok kısır olduğunu düşünüyorum."

K18'e göre, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri herhangi bir değer ortaya koyamamakta ve bunun da en önemli nedeni, bu birimlerdeki vizyon sahibi kamu yöneticisi eksikliğidir. Bu bağlamda K18, bu müdürlüklerin vizyon sahibi, STK, üniversiteler ile diğer ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlarla iyi iletişim ağı kurabilen müdürler tarafından yönetilmesi gerektiğinin önemine vurgu yapmaktadır.

K14: "İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri bir şeyler yapmaya çalışıyor, işte bir şekilde. Yurt dışından gelenlerle, sektör temsilcileriyle işbirliği yapıyorlar bir şekilde. Dolayısıyla İl Kültür Turizm Müdürlükleri, destinasyon pazarlama örgütleri ya da yönetim örgütlerinin işini üstlenirse, üstlensin yani ben onu savunuyorum, mutlaka kadroları arttırmamız lazım, bu kadar turizmci yetiştiriyoruz. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nde yıllardır memuriyet yapan, ... olmayan, turizm eğitimi almamış insanlar var."

Bir kere, bu kadrolar yenilensin, görev listeleri yeniden oluşturulsun, sorumluluk alanları genişletilsin, inisiyatif verilsin gibi düşünüyorum."

K14, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin bir şeyler yapmaya çalıştıklarını ifade etmekte ve kaldırılmaları yerine hantal yapılarının iyileştirilmesi için çaba sarfedilmesinin önemine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinde çalışan, turizm eğitimi almamış insanlar yerine, turizm alanında mezun olan insanların çalıştırılması, görev listelerinin yeniden hazırlanması, sorumluluk alanlarının geliştirilmesi ve inisiyatif alma yetkisinin verildiği, destinasyon yönetim örgütlerine dönüştürülmeleri gerektiğini savunmaktadır.

K20: "İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin yapısı yönetimi her ne kadar tartışılrsa da böyle bir birim de mutlaka bu işte rol üstlenmelidir. Bizde bakanlığın temsilcisi olduğu için bakanlığın talimatları doğrultusunda roller üstlenebilir."

K6: "İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın uzantısı olduğu için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın üstlenmesi gereken rollerin de uzantılarını üstlenmeli şeklinde düşünebiliriz. Yalnız burada planlama yapmaz da planların uygulanması bakımından rol üstlenebilir. Yine Kültür ve Turizm Bakanlığı çok genel merkezi bir örgüt olduğu için İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, destinasyondaki yeni ürünler geliştirmede, mevcut ürünlerin değerlendirilmesinde daha etkin de olabilir."

K20 ve K6, turizm destinasyonu yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın talimatları doğrultusunda belirli rolleri üstlenebileceklerini ifade etmektedirler. Bu kapsamda, K6'ya göre, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri hazırlanan planların uygulanması, ilgili ilde mevcut ürünlerin değerlendirilmesi ve yeni ürünlerin geliştirilmesi gibi konularda rol üstlenilebilir.

K4: "Yani şimdi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü de tabii ki belediyelerle işbirliği halinde bir görev üstlenmelidir. Ama İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne gitsen zaten 6-7 kişi çalışıyor. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ne rol üstlenebilir? Destinasyon yönetiminde, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü şöyle bir rol üstlenebilir? Araştırma yapabilir, mesela konaklama birimlerinin niteliği üzerine araştırma yapabilir, yabancı

turistler üzerine ...'a gelen giden veya diğer kentlerde anket uygulayabilir, memnuniyet anketi uygulayabilir, imaj anketi uygulayabilir, konaklama işletmelerinden memnuniyet uygulayabilir, istatistiki bilgiler derleyebilir, bunlar da destinasyon yönetiminde kullanılabilir yani, sonuçta. ... havayollarıyla işbirliği yapabilir.... "

K4'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri; konaklama birimlerinin nitelikleri, turistlere yönelik memnuniyet anketleri, imaj anketleri ve istatistiki bilgilerin derlenmesi konularında rol üstlenebilir.

K15: "Şimdi bu bence benim bakış açım göre zaten cevabı belli bir soru. Elbette rol üstlenmeli ve var olmalı. Sebebi de şu, bu tür bakanlıklar ya da devletin örgütleri ülkeye tepeden bakarlar, helikopter bakışı dediğimiz, oysaki destinasyonla ilgili örgütler ya da kuruluşlar, ya da oradaki paydaşlar sadece kendi bölgelerini görürler, başka bölgelerle ilgilenmezler. Oysaki örneğin herhangi bir bölgenin aşırı gelişmesi bir bölgenin daha yavaş gelişmesi bölgeler arasındaki koordinasyonların kurulması, yani birkaç merkezi birlikte içeren yerel turlar düzenlenmesi için bu koordinasyonun birisi tarafından sağlanması gerekir. O nedenle Kültür ve Turizm Bakanlığı etkili bir şekilde en azından bu makro kararların verilmesi açısından varlığını sürdürmeli. Dolayısıyla bu İl Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü için de geçerli. Ha bunlar ne yapıyorlar? Ne kadar etkili çalışıyorlar? Görevlerinin sınırları ne? Bunları başarıyorlar mı başarmıyorlar mı? Bu ayrı bir tartışma konusu, o konuda açıkçası çok fazla izlemiyorum ne yaptıklarını. Mademki bakanlık var onun uzantısı bir branşın da olması zaten kaçınılmaz bir durum. Daha pasif kalabilir, daha etkili gidebilir o tamamen durumsal bir analize bağlı yani o bölgenin durumuna bağlı."

K15'e göre, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri turizm destinasyonu yönetimi sürecinde yer almalı ve rol üstlenmelidir. Bakanlıkların olaylara makro açıdan yaklaşması nedeniyle, mikro ölçekte bazı konular göz ardı edilebilmektedir. Bu bağlamda, ilgili alanın bir paydaşı olarak bu tür müdürlüklerin varlığı, bölgenin dengeli kalkınması, diğer bölgelerle koordinasyonun sağlanması ve kapasite gelişiminin kontrolü açısından önemlidir. Bununla birlikte, K15 de diğer katılımcılar gibi bu müdürlüklerin ne kadar etkin çalıştıklarını ve sorumluluklarını ne düzeyde yerine getirdiklerini sorgulamaktadır.

5.3.4. Turizm Destinasyonu Yönetiminde Belediyelerin Rolüne İlişkin Bulgular

Bu bölümde, turizm destinasyonu yönetiminde belediyeler tarafından üstlenilebilecek rollere ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonu yönetiminde belediyelerin üstlenmesi gereken roller tespit edilecektir.

Özel Araştırma Sorusu 3: Turizm destinasyonu yönetiminde belediyenin üstlenmesi gereken roller nelerdir?

K1: "En kritik belediye. Şimdi bölgede, destinasyon yönetim örgütüne biz fonksiyon yüklüyoruz. Diyoruz ki bölge ya da şehir burada turizm gelişimini planlayacak, koordine edecek, aktörleri bir araya getirecek, farkındalık oluşturacak. Bu bir ekibin işi. En azından 5 kişi çalıştıracaksın buna para ödeyeceksin. Nereden gelir elde edeceksin? Var örnekleri, kupa bastırıyor, tişört bastırıyor bununla olacak iş değil. Bu işlerin arkasında para lazım, para da yetmez. Bu örgütün sırtını dayadığı güçlü bir kurum lazım. O da Türkiye'de bu büyükşehir yasasıyla birlikte özellikle büyükşehirler biraz daha genellersek de bütün şehir belediyeleri ciddi oradan güçlendirildi. Adım adım bu yerinden yönetim anlayışının uygulanması kapsamında oluyor tabi. Dolayısıyla burada, en kritik unsur oranın belediyesi yani para verecek ve ortaya güç koyacak, bütün paydaşları koordine edebilecek kritik rol onda. Yurtdışında da bakıyoruz şehirlerde ya da bölgelerde turizm geliştirmenin ya da turizmi idare etmenin yönlendirmenin kilit rolü belediyelerde. Fakat mevcut durum öyle değil. Şu anda Türkiye'de tam tersi belediyeler bölgede, belki de neredeyse turizme en uzak duran kuruluşlar."

K1'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde belediyeler özellikle bölge ve şehir düzeyinde rol üstlenmelidir. Bu bağlamda, K1 belediyelerin üstleneceği rolleri; turizm gelişiminin planlanması, koordinasyon, ilgili aktörlerin bir araya getirilmesi ve farkındalık oluşturma şeklinde ifade ederken, gerçek durumun bundan çok farklı olduğunu ve belediyelerin turizme en uzak duran kuruluşlar olduğunu savunmaktadır.

K4: "Evet, üstlenmelidir. Ama destinasyon yönetiminde belediyelerin rol üstlenmesi şöyle olmalıdır. Belirli kentlerde, kentlerin belirli bölgelerinde yörelerindeki turistlerin en çok kullandığı bölgelerde, turistlerin ve halkın rahat edebileceği olanakları yaratmaktır. Bunlar, ulaşım, güvenlidir, sağlıktır,

temizliktir, altyapı yatırımdır, temiz içme suyu sağlamaktır, güvenlik bir cadde, ışıklandırma sağlamaktır. Güvenli ve iyi bir şekilde okunabilir çok dilli yönlendirme yapmaktır. Müzelerin sağını solunu bahçesini temizlemek müze bahçelerini düzenlemektir. Evet, belediyeler rol üstlenmeli midir? Ama bunun dışında belediyeler bir kent için kentlinin yaşanabilir kent ihtiyacını karşıladıkları sürece pek bir sorun yok. Ama mesela, yoğun yaz aylarında mesela, talebin yüksek olduğu dönemlerde, havalimanında informasyon deskleri açmak, yoğun dönemlerde ulaşım olanaklarını ve sıklığını artırmak, bazı güzergâhlarda belediyenin denetiminde olan yörelere, bölgelerde yayalaştırma çabalarının göstermek, yayalaştırma yapmak, bazı bölgeleri araç trafiğine kapamak, araç trafiğini yönlendirmek, çok yoğun talebin olduğu günlerde örneğin bir şekilde turistlerin ulaşımını sağlamak için öncelikli yol yapmak veya öncelikli şey yapmak nedir onun adı ulaşım olanağı sağlamak, bunlar olabilir."

K4'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde belediyeler rol üstlenmelidir. Ulaşım, güvenlik, sağlık, temizlik, altyapı yatırımları, temiz içme suyu, güvenli bir cadde, caddelerin ışıklandırılması, çok dilli yönlendirme levhalarının hazırlanması, müzelerin çevre düzenlemesi, yoğun yaz aylarında havalimanında enformasyon deski açma ve turizmin yoğun olduğu bazı yerleri araç trafiğine kapatma gibi roller belediyeler tarafından üstlenilebilir.

K6: "Belediyelerin üstleneceği rolleri genişletti zaten yasalar, yani belediyelerle ilgili büyükşehir yasası geniş bir yetki veriyor. Belediye bir defa altyapı hizmetlerinin sürmesini sağlamalı, ulaşım, temizlik, iletişim belki onun için geniş olur ama alanından çıkıyor. Bu konularda eksikleri giderici çalışmalar yapmalı mevcudu da sürdürmeli. Bunun yanında rekreatif alanları tesis etmeli fakat bunu yaparken turistik bir çekim yeri olarak yapmalı. Bunun dışından neler yapabilir? O bölgenin yörenin kültürünün tanıtımı ve gelişimine de katkıda bulunabilir. Çevrenin korunmasıyla ilişkili yatırımlar yapabilir. Tabi bu gücüyle orantılı, gücü de artıyor işte yeni yasayla birlikte. Zaman içinde belki o zorluklar da aşılacaktır diye düşünüyorum. Çünkü yerinden yönetime doğru gidiyor. Tabi o zaman merkezi planlamayla ilişki nasıl kurulacak, tabi merkezi planlamaya katkısı olması gerekir yerel yönetimlerin, bu durumda. Yine planlamacı yaklaşım, yerel yönetimler de o zaman üstlenecek. En azından

yereli planlayıp bunu da Kültür ve Turizm Bakanlığı planlarına dâhil etmek biçiminde bir çalışma yapmaları gerekebilir rol anlamında."

K6'ya göre belediyeler, turizm destinasyonu yönetiminde; altyapı hizmetlerinin sürekliliğinin sağlanması, ulaşım, temizlik, rekreasyon alanlarının oluşturulması, yörenin kültürünün tanıtımı ve gelişimi, yerel ölçekte planların hazırlanması ve Kültür ve Turizm Bakanlığı ile koordinasyonun sağlanması rollerini üstlenebilir.

K8: "Yerel yönetimler de aynı şekilde kamu otoritesi oldukları için olaya direkt müdahil olmak durumundadır. Yeri geldiğinde işte özellikle imar konusunda çok büyük yetkilere sahip, yani yapılaşmanın orada destinasyonun planlamasında yerel yönetimlerin büyük rolü olması lazım. Ama tabi burada ülkelerin gelişmişlik düzeyi çok önemli. Bazı zamanlarda yerel yönetimlere bu işi bıraktığınızda yerel yönetimler de oradaki halk, kendi çıkarlarını gözeterek belki yapıyı bozabiliyor. Mutlaka, ülkesel bazda bir müdahalenin girmesi gerekebiliyor. Ondan dolayı yerel yönetimler oy etkisi sebebiyle de orada almaması gereken yahut da bölgenin mesela çevre yapısının bozulmasına zarar verebilir, uygulamaları yapabiliyor. Bu nedenle belediyeler rol alabilir ama tek başına karar verici olmamalıdır. Merkez, bu noktada ülke çıkarlarını düşünerek veyahut da esas yine o bölgenin çıkarlarını da daha üst seviyeden bakarak denetleyici rol ve olaya müdahil olması gerekiyor. Belediyeler özellikle büyükşehir belediyeleri bölge, il ve ilçe çapında rolleri üstlenmelidir."

K8'e göre, yerel yönetimler turizm destinasyonu yönetimi sürecinde yer almalıdır. Özellikle imar planlarının ve turizm destinasyonunun planlanması sürecinde, yerel yönetimlerin önemli rol oynadığını ifade eden K8'e göre, ülkelerin gelişmişlik düzeyi de yerel yönetimlerin üstleneceği roller üzerinde etkili olmaktadır. Diğer taraftan K8'e göre, yerel yönetimler oy nedeniyle kamu yararı olmayan bazı uygulamalara onay verebilir. Bu nedenle, yerel yönetimler karar mekanizmasında tek merci olmamalıdır.

K9: "Belediyeleri bu oyun içerisinde bir basamak daha yükseltebilirim onların yetkilerini. Neden? Çünkü onlar, zaten öncelikle hesap verebilir konumdalar."

K10: *"Yani turizm destinasyonu ise rol alması gerekiyor. Mutlaka rol almalıdır. Çünkü o yerel yönetim adı üzerinde. Oradaki gelişmeleri oradaki planlamayı aslında merkezi yönetimle birlikte yapması lazım işi bilenler onlar. Ulaşım belediyeye ait onun sorumluluğunda, tanıtım, yerel tanıtım sadece merkezi tanıtım değil."*

K9'a göre, belediyeler hesap verebilir konumda oldukları için turizm destinasyonu yönetiminde daha geniş yetkilere sahip olmalıdır. K10'a göre, yerel yönetimler özellikle planlama konusunda, merkezi yönetimle birlikte hareket etmelidir. Ayrıca, ulaşım ve yerel tanıtım da belediyelerin üstlenebileceği roller olarak ifade edilmektedir.

K16: *"Belediyeler turizme daha çok ekonomik getiri olarak bakmak istiyor. Dolayısıyla belediyeler tek başına turizm destinasyonunu yönetmemelidir. Belediyelerin de kendi çıkarları olduğu için tek başına bırakılmaması gerektiğini düşünüyorum."*

K17: *"Kamu yönetimi için söylediğim şeyler burada da geçerli. Olayı kamu yönetimi ve özel sektör diye ayırmamız söz konusu değil. Belediyeleri, büyükşehir belediyeleri, kamu yönetimi ve özel sektör entegre bir grup oluşturmalıdır."*

K16 ve K17'ye göre, turizm destinasyonu yönetiminde belediyeler, tek başına hareket etmemelidir. K16, belediyelerin belirli çıkarlar doğrultusunda hareket edebileceğini, K17 de turizm destinasyonu yönetimi sürecinin entegre bir yapı altında yürütülmesini vurgulamaktadır.

K12: *"Evet belediyeler rol üstlenmelidir. Fakat hukuk devletlerinde hangi birimin ne yapacağı yasayla belirlenir. Dolayısıyla belediyeler de bu konuda kendilerine yasalarla verilen görevleri yerine getirmelidir."*

K19: *"Yine belediyelere büyük rol düşüyor, yol, su, elektrik. Yerel halkla halkla ilişkiler çalışması yapmak lazım."*

K20: *"Belediyeler ülkemizde eskisinden daha çok yetki ve kaynağa sahip oldukları ve bundan dolayı daha etkin bir konuma geldikleri için turizmde de rol üstlenmelidir. Özellikle çevrenin korunması, altyapı, temizlik gibi konularda belediyelere büyük rol almalıdır."*

K12'ye göre, turizm destinasyonu yönetiminde belediyelerin ne rol üstlenecekleri yasalarda belirlenmiştir. K19 ve K20'ye göre, belediyeler halkla ilişkiler, çevrenin korunması, altyapı yatırımları ve temizlik konularında rol üstlenmelidir.

K18: "Ben belediyeleri çok önemsiyorum için doğrusu. Hem halkın taleplerinin dile getirildiği bir pozisyon olduğu, dolayısıyla seçim sistemiyle işleyen bir yapı olduğu için önemsiyorum, hem yerelin dinamiklerini iyi bildiği, kaynaklarını iyi bildiği, sorunlarını iyi bildiği, yereli yöneten yerel yönetim birimi olduğu için önemsiyorum ve bunların turizmdeki rollerinin arttırılması gerektiğini düşünüyorum. Artı burada turizm hizmetleriyle belediye hizmetleri adeta ayrılmaz bir bütündür. Yani mesela bir beldenin temizlik hizmetleri, yol, su, kanalizasyon hizmetleri eğer kötü işliyorsay ya da işlemiyorsa burada bir turizm faaliyetinin etkin ve optimum ya da iyi bir düzeyde işlediğinden söz etmek mümkün değildir. Dolayısıyla buradan çıkan sonuç bana göre şudur: belediye iyi çalışırsa, iyi hizmet üretirse, iyi hizmeti sunarsa turizm için bir avantajdır tersi durum dezavantajdır."

K18'e göre, belediyeler tarafından verilen hizmetler ile turizm hizmetleri ayrılmaz bir bütündür. Temizlik, yol, su, kanalizasyon gibi temel hizmetlerle turizm faaliyetleri arasında bir ilişki bulunmaktadır.

K14: "Şimdi belediyeler, bir anlamda zaten destinasyon yönetimine katılıyor. Nasıl katılıyor? İşte destinasyon yönetiminde; ışıklandırmadan tutun, sokakların düzenini, parklar, bahçeler, müzeler, işte belediyelere bağlı birçok müze var. Bunların birçoğunun yönetimi zaten belediyelerde. İşte belediyeler turizm master planlarını yaptırıyorlar, yeni yatırım alanlarına karar veriyorlar, yatırımcı arıyorlar, buluyorlar yani destinasyon yönetiminin içindeler bizzat. Ama bunu tabii yerine getirme hususu çok önemli. Bunu ne kadar iyi yapıyorlar, ne kadar önemsiyorlar, ne kadar benimsediler, turizmi bir hedef bir amaç olarak ne kadar benimsemişler bu da önemli. Belediyeler ile İl Kültür Turizm Müdürlüklerini kıyasladığımızda, İl Kültür Turizm Müdürlükleri daha pasif. Çünkü inisiyatifleri yok."

K14'e göre, belediyeler aktif olarak destinasyon yönetimine katılmaktadır. Bununla birlikte, belediyeler tarafından turizmin ne düzeyde önemsendiği, benimsendiği ve turizmle ilgili faaliyetlerin ne kadar iyi yapıldığı konusunun da önemli olduğu vurgulanmaktadır.

5.3.5. Turizm Destinasyonu Yönetiminde Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarının Rolüne İlişkin Bulgular

Bu bölümde, turizm destinasyonu yönetiminde kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları (TÜRSAB ve TUREB) tarafından üstlenilebilecek rollere ilişkin öne çıkan benzer, farklı ve karşıt katılımcı ifadelerinden bazılarına yer verilerek, turizm destinasyonu yönetiminde kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının üstlenmesi gereken roller tespit edilecektir.

Özel Araştırma Sorusu 4: Turizm destinasyonu yönetiminde kamu kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşların (TÜRSAB ve TUREB) üstlenmesi gereken roller nelerdir?

K1: "Bunlar ulusal roller oynayabilirler bence. Onun dışında mesela bölgesel anlamda turizmin gelişiminde belki örnek bölgeleri tanıtırlar. O bölgenin destinasyon yönetim örgütünün faaliyetlerine katkıda bulunurlar, katılım yapar, konferans düzenler, bilgilendirme çalışmaları yaparlar ama doğrudan orada bölgenin turizm gelişimini o bölgenin dinamikleriyle ilgili bir şeydir, bence o bölgede başarılması gereken bir şey."

K1'e göre, kamu kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşlar, ulusal düzeyde rol üstlenmelidir. Bölgesel anlamda turizmin gelişimi, tanıtımı, bilgilendirme çalışmaları ve konferanslar düzenleyerek destinasyon yönetim örgütlerini destekleyebilir.

K3: "Bu birlikler genellikle kendilerine bağlı olan üyelerle ilgililer. Bu noktada özellikle üyelerinin sorunları konusunda çözüm önerileri sunulmalıdır."

K8: "Mesleki örgütler kendi alanlarıyla ilgili düşünülebilir. Ne gibi? Mesela rehberler rehberlikle ilgili kısımlarda, oteller kendi alanlarıyla ilgili olan kısımlarda söz sahibi olmalı ve onların şeyleri fikirleri uygulamaya geçmeli."

K15: "Rol üstlenecekler de dereceleri ne olacaktır? Yani özellikle kendi mesleki alanlarını iyi takip etmeleri, kendi mesleki alanlarındaki haklarını iyi savunmaları, kendi alanlarına ilişkin yenilikleri iyi takip edebilmeli ve

bölgenin gelişmesine klasik desteklerini göstermesi zaten beklenen şeylerdir."

K3, K8 ve K15'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde, bu kuruluşlar, üyelerinin sorunlarına yönelik çözüm önerileri sunma rolünü üstlenebilirler. Meslek alanlarıyla ilgili yenilikleri takip etme ve meslek haklarını savunma gibi rolleri bulunmaktadır.

K4: "Kamu Kurumu Niteliğindeki Mesleki Kuruluşları aslında Sivil Toplum Kuruluşu'dur. Bunların rolü yine destinasyon yönetiminde değil de yaptıkları işlerin niteliğiyle ilgili olarak bu odaların ve birliklerin zaten bir rolü var. Şimdi eğer destinasyon yönetimini sadece yatırım yapılma ve altyapı yatırımları ve üstyapı yatırımları diye bakmazsan fakat aynı zamanda destinasyonun tanıtılmasını da bir farkındalık yaratılmasını da ve de satılmasını da bir destinasyon yönetiminin bir parçasıdır. O zaman bunlar tabii ki rol alabilirler. Yani Türkiye Seyahat Acentaları Birliği işte acentaların dâhil olduğu şirket birliği. Bunlar bölgesel pazarlama yapabilirler. Bölge halkıyla olan ilişkileri mesela düzenleyebilirler. O kadar yatırım yapıyorlar, yatırımdan kazandıklarını bölge halkına geri verebilirler, iş olanağı sağlayabilirler, yerel halka olanak sağlayabilirler, sosyal hizmetler yapabilirler, yayın yapabilirler, araştırma yapabilirler, ondan sonra Türkiye'nin tanıtımını yurt dışında bölgesel olarak ülke için yapabilirler. Yani sadece kendi ürününü değil de Türkiye ürününü tanıtmak konusunda çalışabilirler, araştırma yapabilirler, turist profili araştırması yapabilirler, turist imajı araştırması yapabilirler, yerli turizme önem verebilirler mesela, ... okul gezileri düzenleyebilirler. Rehberler Birliği'nin kendisine faydası yok..."

K4'e göre, turizm destinasyonu yöneti(şi)minde, kamu kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşlar; destinasyon tanıtımı, farkındalık oluşturulması, satılması, yerel halkla ilişkiler, istihdam olanağı, sosyal hizmetler, yayın yapma, araştırma yapma, Türkiye'nin yurt dışında tanıtımı, turist profili araştırması, turist imajı araştırması, yerli turizm ve okul gezileri gibi konularda rol üstlenebilirler. Bununla birlikte K4'e göre, TUREB henüz bu konuda rol üstlenebilecek bir konumda değil.

K5: *"Bunların tabii ki rolü olacak ve üstlenmelidirler. Bunlar aslında sektörün önünü açan, sektöre bu konuda öncü verileri, bilgileri, sağda solda değişik ülkelerde olan uygulamaları anlatmak suretiyle yardımcı olur. İyi güzel örnek uygulamaları, mensuplarına tabi TÜRSAB üyelerine, TUREB üyelerine yardımcı olur. Artı devlet ile işletmeciler arasında köprü rolü görerek bu işlevi de icra etmesi lazım. Devlet herkesi muhatap alamaz işletmelerden ama temsilcilerini rahatlıkla muhatap almak zorundadır ve alır. Bütün demokratik ülkelerde bu böyledir. Mesela A seyahat acentasının sahibini devlet kaale almaz, randevu vermez ama TÜRSAB'a verir. Niye verir? Çünkü TÜRSAB onların, ülkenin turizm açısından geleceğiyle ilgili kuruluş."*

K5'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde, kamu kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşlar; sektörün önünü açma, sektör için önemli veri ve bilgileri derleme, diğer ülkelerdeki farklı uygulamaları sektöre sunma ve devlet ile işletmeciler arasında köprü işlevi görme rollerini üstlenebilir.

K6: *"Esasında ben bu konuda biraz liberal düşünüyorum. Bu tip hiçbir şey kamuyla ilişkili olmamalıdır. Kamu kamudur, özel sektör özel sektördür. Yarı özel yarı kamu işler benim düşünceme göre biraz ... bir durumdur. Bu biraz ayrıcalıklar yaratmak anlamına gelir. Mesela TÜRSAB enformasyon memurluğu sınavı yapıyor. Normalde bu TÜRSAB için bir ayrıcalık haline geliyor diğer kurumlara nazaran. Kamu tarafından yasalarla düzenleniyor olmaları, bunlar için bir avantaj oluşturduğu gibi dezavantaj da oluşturuyor. Bunların aynen turistik otelciler birliği gibi, turizm yatırımcıları derneği gibi özel olmalarının yanındayım. Kamuyla işbirliğine gidecekleri zaman kamuyla işbirliği kurarlar, giderler. Yani ayrıca bunların kamusal nitelikli, hem de kamunun ... arkasına almak biraz ayrıcalıklı oluyor. Rol üstlenmeli mi? Yani özel sektör kuruluşları olarak üstlenecekleri roller arz rolü."*

K6'ya göre, kamu kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşlar, kamuyla ilişkili olmamalıdır. Kamu-özel kuruluşların ayrıcalıklara neden olduğunu savunan K6'ya göre,

bu kuruluşlar, kamudan bağımsız özel kuruluşlar olmalı ve özel sektör olarak da turizmde arz rolünü üstlenmelidir.

K9: "Bunlar o oyun içerisindeki daha doğrusu hani başta da söylediğim turistik ürünün oluşturulması sürecindeki önem derecelerine göre rol biçilmeli. Yani bir yerde işte Turist Rehberleri Birliği, bir yerde TÜRSAB'IN oyun kuruculuğu rolünü bile üstlenebilir ama başka bir yerde bunlara ihtiyaç bile olmayabilir. Yani eğer destinasyon diyorsak, destinasyonları şöyle düşünmek lazım; insanlar birbirlerine benzerler, ama her insan aynı değildir. Turistik destinasyonları da böyle görmek lazım. Dediğim gibi destinasyon diyorsak, turistik destinasyon diyorsak bir genel özellikleri olabilir ama onun ayrı bir özelliği vardır. Nasıl şimdi ... ile ... farklıysa, dünyaya farklı açılardan bakıyorlarsa, farklı beklentileri varsa, farklı işler yapıyorlarsa destinasyonlar da öyledir. Dolayısıyla, ...'in hayatındaki ... kişinin etkisiyle ...'nin hayatındaki ... kişinin etkisi aynı düzeyde olmaz. Dolayısıyla Turizm Yatırımcıları Derneği'nin de işte TÜRSAB'IN da ya da bir başkasının da her destinasyonda aynı etkiye sahip olması ya da aynı belirleyiciliğe, aynı buyurganlığa sahip olmaya kalkması uygun değil. Bu sefer hani kamudan alalım dediğimiz merkezi rolü onlara biçmiş oluyoruz. Destinasyon buna kendisi karar vermeli, kendi dinamikleri içinde karar vermeli."

K9'a göre, turizm destinasyonu yönetiminde, kamu kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşların üstlenebileceği roller, turistik destinasyonun niteliğine göre değişiklik gösterecektir. Bu nedenle, her bir turistik destinasyon, kendi dinamikleri içerisinde bu tür kuruluşlar için belirleyeceği rollere kendisi karar vermelidir.

K10: "Tabi burada sadece TÜRSAB ve TUREB'in kamu kurumu niteliğinde sayılması bir sorun ve otelcilerin de bir an önce aynı statüye gelmesi lazım. Türkiye'de şu anki yasal düzenlemede sıkıntı otelcilerle ilgili ama otelciler sanayi ve ticaret odalarının içinde görünüyor. İsmen yok ama cismen varlar. Çünkü yıllardır diyor ki sizin temsilciniz benim, adında otelciler yazmıyor. Ama TUREB ve TÜRSAB müstakil olarak yasaları çıktı. Onların yasası var onlar meslek kuruluşu. Ama bence otelcilerin de bir odasının

olması lazım ayrı bir kanun çıkması lazım, ticaret ve sanayi odalarından bağımsız bir yasaya kavuşması lazım. İşte o zaman destinasyon yönetiminde daha etkin olabilecekler. Bunlar destinasyon yönetiminde, destinasyonun ortaya çıkarılmasında etkin rolleri olacak kuruluşlar."

K10, sadece TÜRSAB ve TUREB'in kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşu sayılmasının bir sorun teşkil ettiğini ifade etmektedir. Otelcilerin de bir an önce bu niteliğe kavuşturulmasını savunan K10'a göre, bu kuruluşlar destinasyonun ortaya çıkarılmasında etkin rol alacak kuruluşlardır.

K13: "Kesinlikle rol almalıdır. TÜRSAB'ın iyi güzel şeyler yaptığına ben inanıyorum. İyi bir yönetimi var, tecrübeli bir başkanı var. Esas lokomotif bunlar ve olması gereken de bu bence. Bunların lokomotif olmasında rahatsız mıyım? Hayır, tam tersi destekliyorum, gerçek lokomotif bunlar. Zaten sektör olmasa yani biz onların çok gerisindeyiz, biz devlet olarak. Bu meslek kuruluşları ne kadar güçlü olursa ve karar sürecinde ne kadar etkili olursa şu kamunun hata yapmasını engeller."

K13'e göre, bu kuruluşlar turizmde, lokomotif görevi görmektedir. Devletin, bu kuruluşlara göre daha geride kaldığını ifade eden K13, mesleki kuruluşların güçlenmesi ve karar verme mekanizmalarında daha etkili olmalarını savunmaktadır.

K14: "Yani iletişim zaten yok, çıkarlar ön planda dedik. Hiçbir bağ da yok. Olması gereken bağlar yok sayılıyor. Yani TÜRSAB, TUREB ya da diğer kurumlar, bunların hepsinin ortak noktası zaten turizm. Hepsi birbiriyle ilintili. Boşuna interdisipliner denmiyor turizme. Tek bağımsız hareket edemezsin. Her kurumun tabi ki çıkarları olacak ama turizme yönelik, turizmin iyiliğine yönelik olması lazım. Ama hep kavga, ben bir araştırma yapmıştım.'nin nasıl çalıştığına dair ben de böyle bir nitel çalışma yapmıştım. ... kurul üyesiyle. Konuşuyorum, hepsinin söylediği ortak şey bizim aramızda koordinasyon yok, işbirliği yok çok kopuk. Geçti üzerinden 3 yıl. Dün sabah benzer bir toplantı vardı. Hala aynı cümleler, yani 3 yılda bir adım ilerlenmemiş, bir arpa yolu ilerlenmemiş çok ilginç. Bunları söylemenin bir anlamı yok, sen bir katkı koyacaksın, bir girişimde bulunacaksın olumlu karşı taraf da aynısını yapsın. Yani böyle yıkıcı olmak inanılmaz. Bir de bu bizim kurumun başarısı olsun deyip başka bir kurumun işini

engellemeye çalışmak falan akıl alacak gibi değil ama ben, hep eğitimden, yani ben temelinin eğitim olduğunu düşünüyorum."

K14'e göre, mesleki kuruluşların kendi aralarında, bir iletişim sorunu ve çıkar çatışması bulunmaktadır. K14 bu kuruluşların, birbiriyle bağlantılı bir şekilde ortak noktaları olan turizm konusunda işbirliği içerisinde hareket etmelerinin gerektiğini ifade etmektedir.

K17: "Evet, büyük rol üstlenmelidir. TÜRSAB taşıma kapasiteleri çalışmalarını ışığında yerli ve yabancı turist akışlarını 12 aya yayacak önlemleri almalıdır. TUREB devamlı rehber eğitimleriyle TÜRSAB ile işbirliği yaparak rehberlerin uzmanlık alanlarını çeşitlendirmelidirler. Ticaret ve Sanayi Odaları, uhdelelerinde TÜRSAB, TUROB gibi sivil toplum kuruluşlarından temsilcilerini uhdelelerinde bulundurmali ve münhasıran turizmle direkt ilgili sivil toplum örgütlerinin geliştirdiği projelerde ise teknik, finans desteği veya koordinasyonunda rol almalıdır. Yani facilitate etmelidir, illa da parayı ticaret odası yatırmamalıdır ama ticaret odası fikir vermelidir, partileri, paydaşları bir araya getirip projeye katkı bulundurmalıdır. Çünkü ticaret odasının perspektifi daha geniş, daha geniş bir kitlesi var bir TÜRSAB ve TUREB'ten."

K17'ye göre, turizm destinasyonu yönetiminde, bu meslek kuruluşları rol üstlenmelidir. Meslek kuruluşları; taşıma kapasitelerinin belirlenmesi, rehberlerin uzmanlık alanlarının çeşitlendirilmesi, diğer meslek odalarıyla işbirliği yapma, projeler için teknik ve finansman desteği sağlama ve ilgili tarafları bir araya getirme konularında rol üstlenebilirler.

K18: "Bence bu tür meslek kuruluşlarının rol üstlenmesi gerekir. Üstleneceği rol nedir? Sektörün taleplerinin kamu yönetimine aktarılmasında dillendirici olmasıdır. Yani sektör neye yöneliyor? Sektörün sorunları neler? Sektörün daha iyi şeyler yapması için eksikleri veya desteklenmesi gereken noktalar neler? Bunlar bir baskı unsurudurlar. Zaten siyaset dilinde de öyle ifade edilir bunlar. Baskı grubudur bunlar. Kamuoyu oluşumuna destek verirler. Kamuoyu oluşumunda da alt üst paydaşlarla veya aktörlerle kendi iç dinamikleriyle birlikte hareket ederler. Ne demek istiyorum? Şunu demek istiyorum; bir taraftan sektörde çalışanların görüşlerini işverenlerin görüşlerini alırlar orada bir kanaat oluşur, bir taraftan kendileri beyin fırtınası yaparlar, kendi tecrübelerini paylaşırlar, buradan bir kanaat oluşur. Diğer taraftan kamu yönetiminden aldıklarını da alta aktarma ve alttan aldıklarını da üste aktarma, bir aracı rolü üstlenme görevi vardır. Bunların

aynı zamanda sektörün vizyonunu belirleme noktasında da rol üstlenmesi gerektiğini düşünüyorum. Yani nereye gitmeli bu sektör? Yatırım alanları, işleyiş alanları, yoğunlaşma alanları, sektörün güçlü ve zayıf yönleri neler? Hep bunlar konusunda da öncü rol üstlenmesi gerektiğini düşünüyorum. Sivil inisiyatif olduğu için bunların görüşlerinin daha reele gerçekleştirilebilirliğe yakın olduğunu düşünüyorum. O yüzden bunların varlığını önemsiyorum, rollerini önemsiyorum fakat olması gerekenden de uzak olduğunu düşünüyorum. Yani mesela TÜRSAB, Türkiye'deki turizmin dertlerini ortaya koyabilecek geliştirebilecek bir yapıda değil. Sivil inisiyatiften kastım ayrıca toplumun hassasiyetlerini, toplumun beklentilerini toplumun endişelerini, korkularını bütün bunları toparlayarak ancak bu rolünü yerine getirebilir. Hassasiyetler, korkular, endişeler, beklentiler bunlar dile getirilmediği, bunlar yakalanmadığı müddetçe bunların etkin birer aygıt haline dönüşmeleri kolay değil. Ayrıca TÜRSAB nedir? Sadece seyahat acentaları ile ilgili. Şimdi bu yetersiz daha çatı örgütlere ihtiyaç var. Yani turizmin temel sorunlarını ele alacak özel olarak turizm sektörüne yönelik sivil toplum kuruluşlarının oluşturulması gerekir ya da meslek örgütlerinin oluşturulması gerekir. Dolayısıyla şunu demeye çalışıyorum, bu alanda meslek örgütlerine ihtiyaç var ama meslek örgütlerinin daha çatı örgütlere veya daha kapsamlı eylem veya çözümler üretebilen örgütlere ihtiyaç var. Mesela bir çatı örgüt olabilir. Ya da birkaç tane alandaki örgütler çatılaşabilir. Belli alanlar belli noktalar seçersen orada belli kurumlar kurarsın. Çatı örgüt nedir? Çatı örgüt hassasiyetleri toplar, sorunları bilir, çözüm önerileri belirtir ve orada meşruiyet vardır, bir temsil kabiliyeti vardır."

K18'e göre, turizm destinasyonu yönetiminde, kamu kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşlar rol üstlenmelidir. Bu kuruluşlar; sektör taleplerinin kamu yönetimine aktarılması, sektör sorunlarının çözümü, baskı grubu olarak kamuoyu oluşumunu destekleme, sektör çalışanlarının ve işverenlerinin görüşlerini alma, gerek sektör içi gerek sektör kamu arasında aracı olma, sektörün geleceğine yönelik araştırmalar yapma, yatırım alanları ile sektörün güçlü ve zayıf yönlerine yönelik araştırmalar yapma, toplum hassasiyetlerini dikkate alma ile toplumun endişe, korku ve beklentilerini dile getirme konularında öncü rol üstlenebileceklerini ifade eden K18, gerçek durumun ise bundan çok uzak olduğunu savunmaktadır. Bu kapsamda belirli bir sektörün temsil edildiği örgütler yerine sektörün genelini temsil edildiği bir çatı örgütün kurulmasının yararlı olacağı görüşündedir.

Tablo 14'te TDY'de kamu yönetimini oluşturan merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin üstlenmesi gereken roller gösterilmektedir. Turizm destinasyonu; Ülke (Türkiye), Bölge (iki veya daha fazla il), İl ve Yöre (bir veya daha fazla ilçe) olmak üzere dört farklı coğrafi birim üzerinden incelenmektedir. Her bir coğrafi birim Başlangıç, Gelişme ve Sürdürme olmak üzere 3 aşamada ele alınmaktadır. Bu bağlamda, merkezi yönetimin merkez teşkilatını temsil eden Kültür ve Turizm Bakanlığı ile taşra teşkilatını temsil eden İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü; yerinden yönetimin coğrafi yerinden yönetimini temsil eden Büyükşehir Belediyesi ile fonksiyonel yerinden yönetimini temsil eden Kamu Kurumu Niteliğindeki Mesleki Kuruluş (TÜRSAB-TUREB) birimlerinin dört farklı turizm destinasyonunun başlangıç, gelişme ve sürdürme aşamalarında icracı ve ricacı olarak üstlenmesi gerektiği düşünülen 34 rol bulunmaktadır. Bu bağlamda öncelikle

İcracı: TDY'de bulunan bir rolün; herhangi ikinci bir kurum, kuruluş ya da örgütten bağımsız olarak bir birim tarafından düzenlenmesi ve yürütülmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda, TDY'de bulunan rolü, icracı olarak üstlenecek birim için; finansal, teknik altyapı, insan kaynağı, örgütsel yapı ve mevzuat açısından herhangi bir kısıtın varlığı söz konusu değildir.

Ricacı: TDY'de bulunan bir rolün; düzenlenmesi ve/veya yürütülmesinin bir birim tarafından bağımsız olarak üstlenilememesi nedeniyle ikinci bir kurum, kuruluş ya da örgüte bağımlılığı ifade etmektedir. Bu bağlamda, TDY'de bulunan rolü, ricacı olarak üstlenecek birim için; finansal, teknik altyapı, insan kaynağı, örgütsel yapı ve mevzuat açısından en az bir kısıtın varlığı söz konusudur.

Turizm Destinasyonu Başlangıç Aşaması: Herhangi bir destinasyonun turizm destinasyonuna dönüştürülme düşüncesinin geliştiği ve destinasyonda bulunan tarafların ortak görüşüyle bu düşüncenin kabul edildiği karar verme sürecini ifade etmektedir. Bu süreçte, öncelikle yerel toplumun turizm hakkında bilgilendirilmesine yönelik faaliyetler düzenlenir ve daha sonra destinasyonda bir envanter çalışması gerçekleştirilerek, turizm amaçlı yararlanılabilecek doğal, kültürel, tarihi ve yapay kaynakların yanı sıra kalifiye insan kaynağı da incelenir. Türkiye, 1 milyondan fazla yatak kapasitesine sahip olması ve 2013 yılında dünyanın en fazla ziyaret edilen 6.

turizm destinasyonu olması nedeniyle, turizm destinasyonunun başlangıç aşamasında değerlendirilmeyerek kapsam dışında tutulmuştur.

Turizm Destinasyonu Gelişme Aşaması: Bir turizm destinasyonunun sahip olduğu her türlü kaynağın etkin bir şekilde kullanımının sağlanması amacıyla turizm destinasyonunda bulunan tarafların haklarının ve çıkarlarının sağlandığı süreci ifade etmektedir.

Turizm Destinasyonu Sürdürme Aşaması: Bir turizm destinasyonunun sahip olduğu her türlü kaynağın etkin bir şekilde kullanımının sürdürülebilir kılınarak, ilgili turizm destinasyonunda günümüzde bulunan ve gelecekte bulunacak tarafların haklarının ve çıkarlarının korunması amacıyla yürütülecek faaliyetlerin bulunduğu süreci ifade etmektedir.

Kamu yönetimini temsil eden merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin, icracı ve ricacı olarak üstlenebileceği 34 rol aşağıda açıklanmaktadır.

1. **Politika ve Planlama:** Bir yerin turizm destinasyonuna dönüşüm sürecinin her aşamasında; uyulacak ilkelerin belirlenmesi, izlenecek politikaların oluşturulması ve belirlenen ilkeler doğrultusunda oluşturulan politikaların kim tarafından, ne zaman, nerede ve nasıl yapılacağına ilişkin bilgilerin ayrıntılı bir şekilde yer aldığı planları ifade etmektedir.
2. **Altyapı Yatırımı:** Turizm destinasyonu olarak belirlenen yerin yol, su, kanalizasyon, enerji, arıtma tesisi, haberleşme, iletişim olanakları gibi her türlü temel altyapı hizmetlerinin sağlanması ve iyileştirilerek sürdürülebilir bir hale getirilmesi amacıyla yapılan yatırımları ifade etmektedir.
3. **Üstyapı Yatırımı:** Turizm destinasyonunu ziyaret edecek turistlerin ulaştırma, konaklama ve yeme-içme gibi temel ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik; ulaştırma işletmeleri, konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinin yanı sıra turistlerin bir turizm destinasyonunu tercih etmesinde etkili olan eğlenme, dinlenme, gezip görme ve öğrenme isteklerinin karşılanmasına yönelik müzeler, temalı parklar, hediyelik eşya dükkânları, sanatsal etkinlikler, spor etkinlikleri, kültürel etkinlikler ve şehir turu olanaklarına yapılan yatırımları ifade etmektedir.
4. **Finansal Destek ve Teşvik:** Turizm destinasyonunun başlangıç, gelişme ve sürdürme aşamalarında yapılacak olan altyapı ve üstyapı yatırımlarına yönelik

verilecek olan hibe, bağış, yardım, harç, düşük elektrik ve su tarifesi, vergi muafiyeti ya da düşük vergi oranı, çalışanların sosyal haklarına yönelik yapılacak olan parasal destek ve teşviği ifade etmektedir.

5. **Teknik Destek:** Turizm destinasyonunun başlangıç, gelişme ve sürdürme aşamalarında ihtiyaç duyulan araç-gereç, ekipman, teknolojik gelişmeler, yabancı dil, proje hazırlama, yazılım programları ve teknik personel desteğinin sağlanmasını ifade etmektedir.
6. **Turizm eğitimi:** Turizm ile ilgili mesleki kurs, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde gerçekleştirilecek eğitim-öğretim faaliyetlerini ifade etmektedir.
7. **Turizm Destinasyonu (TD) Tanıtımı:** Ulusal ve uluslararası düzeyde turizm destinasyonunun bilinirliğini ve farkındalığını sağlayacak faaliyetleri ifade etmektedir.
8. **Turizm Destinasyonu (TD) Pazarlaması:** Ulusal ve uluslararası düzeyde potansiyel turistlerin turizm destinasyonunu ziyaret etmesi amacıyla uyarılması, ikna edilmesi ve harekete geçmesini sağlayacak faaliyetleri ifade etmektedir.
9. **Örgütlenme:** Turizm destinasyonunun başlangıç, gelişme ve sürdürme aşamalarında yürütülecek faaliyetlerin etkin ve etkili yönetimi için turizm destinasyonu taraflarının bir çatı altında temsil edilmesini ifade etmektedir.
10. **Koordinasyon:** Turizm destinasyonunun başlangıç, gelişme ve sürdürme aşamalarında yürütülecek faaliyetler için turizm destinasyonu taraflarının gerek kendi aralarında gerekse ulusal ve uluslararası taraflarıyla iletişim içerisinde ortak amaç doğrultusunda birlikte hareket etmesini ifade etmektedir.
11. **Denetim ve Kontrol:** Turizm destinasyonunda yürütülen her türlü faaliyetin belirlenen ilkeler, oluşturulan politikalar ve hazırlanan planlara uygun bir şekilde yürütülüp yürütülmediğinin denetlenmesi ve kontrol edilmesini ifade etmektedir.
12. **Mevzuat:** Turizm destinasyonunun başlangıç, gelişme ve sürdürme aşamalarında yürütülecek faaliyetlere ilişkin anayasa, kanun, tüzük, yönetmelik, genelge ve yönerge gibi yasal düzenlemeleri ifade etmektedir.
13. **İşletme Niteliklerinin Belirlenmesi:** Turizm destinasyonunda faaliyette bulunan ve/veya bulunacak olan özel sektör, kamu sektörü ve kamu-özel sektör ortaklığına dayalı işletmelerin sahip olması gereken nitelikleri ifade etmektedir.

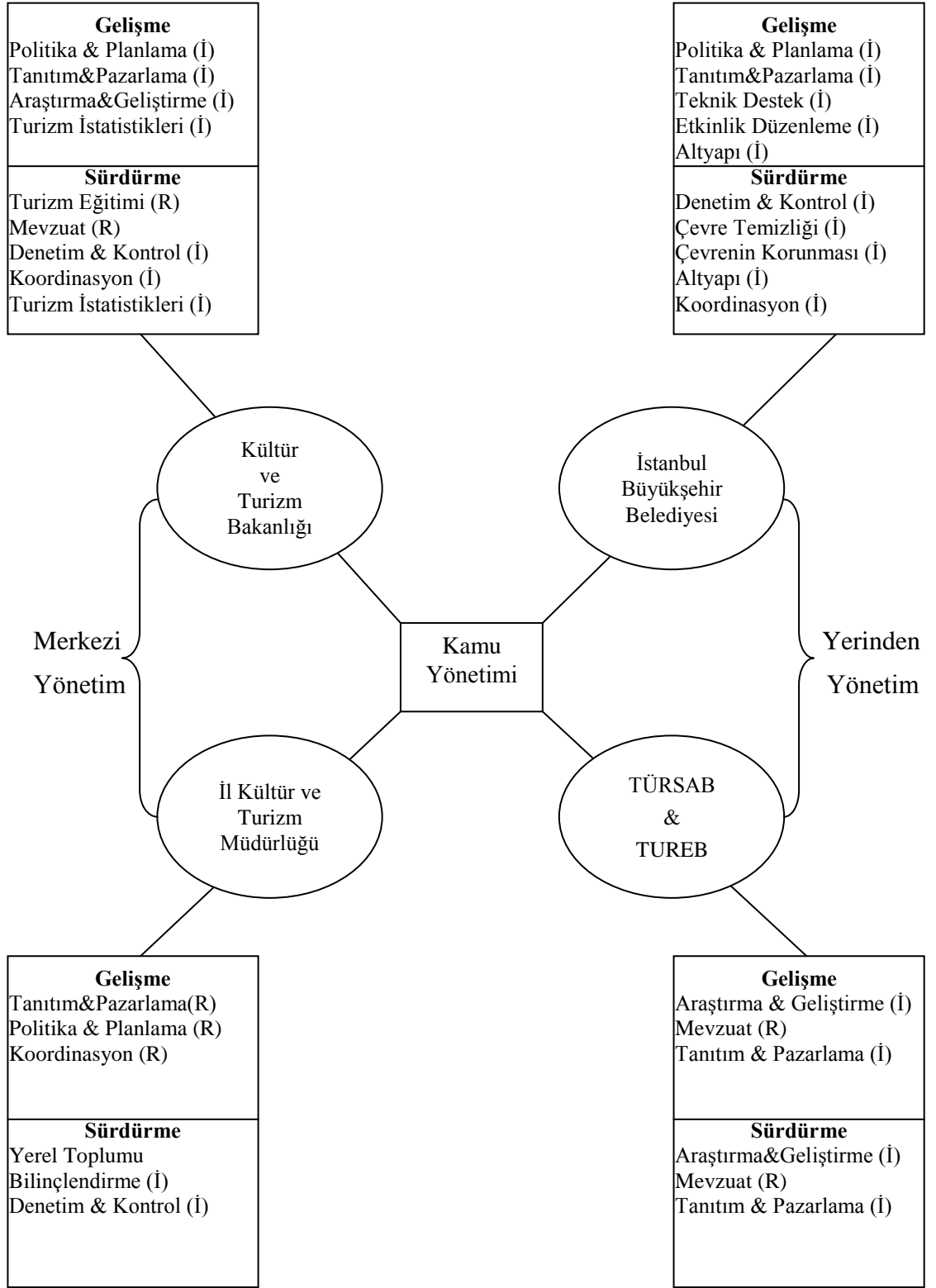
14. **Turizm İstatistikleri:** Turizm destinasyonuna yönelik turist sayısı, turizm geliri, turizm gideri, konaklama işletmesi sayısı, seyahat işletmesi sayısı, yiyecek-içecek işletmesi sayısı, müze sayısı, müze ziyaretçi sayısı, eğlence işletmesi sayısı, tarihi eser sayısı ve çalışan sayısı gibi temel turizm göstergelerine ilişkin verilerin tutulması ve/veya takip edilmesini ifade etmektedir.
15. **Araştırma ve Geliştirme (AR & GE):** Turizm destinasyonunun sahip olduğu kaynakların geliştirilmesi, iyileştirilmesi ve sürdürülebilir bir hale getirilebilmesi için yapılacak olan turist eğilimleri, toplumun bakış açısı, yatırım olanakları, çevre üzerindeki etkiler, turizm talebi, turizm arzı, turist/yerel toplum/yatırımcı/kamu yönetimi/STK beklenti ve memnuniyetine yönelik araştırma ve geliştirme çalışmalarını ifade etmektedir.
16. **Hizmet Kalitesi:** Turizm destinasyonunda gerek turistler için gerekse diğer taraflar için sunulan ürün ve hizmetlerin niteliğinin iyileştirilmesine yönelik yapılan çalışmaları ifade etmektedir.
17. **Etkinlik Düzenleme:** Turizm destinasyonunda, ulusal ve uluslararası kültürel, sanatsal ve spor etkinliklerinin düzenlenmesini ifade etmektedir.
18. **İşletme Kurma:** Turizm destinasyonunda kâr amacıyla ürün ve hizmet arzında bulunarak işletmecilik faaliyetlerinin yapılmasını ifade etmektedir.
19. **Sosyal Turizm:** Emekli, düşük ücretli çalışanlar, öğrenciler, ev hanımları, yaşlılar gibi parasal ve bedensel kısıtları olan kişilerin turizm hareketliliğine katılabilmesi amacıyla gerçekleştirilecek destek ve teşvik faaliyetlerini ifade etmektedir.
20. **Turizmi Çeşitlendirme:** Farklı turizm türlerine yönelik faaliyetlerin yürütülerek turizm destinasyonuna yönelik hareketliliğin bütün yıla yayılmasını ifade etmektedir.
21. **Turist Hakları:** Turizm destinasyonuna gelen ve/veya gelecek olan turistlere ilişkin doğru bilgilendirme, seyahat sigortası, vaat edilen ürün ve hizmetin sunulmasına ilişkin hakları ifade etmektedir.
22. **Turist Güvenliği:** Turizm destinasyonuna gelen ve/veya gelecek olan turistlerin can ve mal güvenliğine ilişkin alınacak önlemleri ifade etmektedir.

23. **Turist Sağlığı:** Turizm destinasyonuna gelen ve/veya gelecek olan turistlerin sağlığının korunmasına ilişkin alınacak önlemleri ifade etmektedir.
24. **Turisti Bilinçlendirme:** Turizm destinasyonunun sahip olduğu sosyo-kültürel ve çevresel kaynaklara saygılı bir şekilde hareket etmesi amacıyla turizm destinasyonuna gelen ve/veya gelecek olan turistlerin bilinçlendirilmesine yönelik yapılacak faaliyetleri ifade etmektedir.
25. **Kültür ve Tabiat Varlıklarının Korunması:** Turizm destinasyonunda bulunan kültürel ve tabiat varlıklarının korunması amacıyla alınacak önlemler ile tabiat varlıklarının bakımı ve kültürel varlıkların restorasyonu ve/veya modernizasyonuna ilişkin yapılacak faaliyetleri ifade etmektedir.
26. **Toplumsal Yapının Korunması:** Dil, din, aile, örf ve gelenekler gibi turizm destinasyonunun toplumsal yapısının korunmasına yönelik alınacak önlem ve tedbirleri ifade etmektedir.
27. **Toplum Sağlığının Korunması:** Turizm destinasyonunda yaşayan yerel toplumun, ziyaret edecek turistler yoluyla herhangi bir bulaşıcı ve/veya epidemik bir hastalıktan korunmasına ilişkin alınacak tedbirleri ve yürütülecek faaliyetleri ifade etmektedir.
28. **Toplumun Bilinçlendirilmesi:** Turizm destinasyonunda yaşayan yerel toplumun, turizm hareketliliği hakkında bilgilendirilmesini ve turistlere yönelik davranış biçimleri konusunda uyulması gereken kuralların anlatılmasını ifade etmektedir.
29. **Toplumun Turizme Katılımı:** Turizm destinasyonunda yaşayan yerel toplumun turizm hareketliliğine katılabilmesi amacıyla gerçekleştirilecek faaliyetleri ifade etmektedir.
30. **Çevrenin Korunması:** Turizm destinasyonunun canlı ve cansız tüm unsurlarını ifade eden ekolojik çevresinin korunmasına yönelik alınacak tedbirleri ve yürütülecek faaliyetleri ifade etmektedir.
31. **Çevre Temizliği:** Turizm destinasyonunda ortaya çıkabilecek görüntü, hava, su, toprak ve gürültü kirliliğine ilişkin tedbirlerin alınarak gerek yerel halk gerekse turistler için temiz bir çevre ortamının sağlanması ifade etmektedir.

32. **Turizm Örgütleriyle İlişkiler:** Turizm destinasyonunda bulunan tarafların temsil edildiği çatı örgütün ulusal ve uluslararası turizm örgütleriyle yürüteceği ilişkileri ifade etmektedir.
33. **Sivil Toplum Kuruluşlarıyla (STK) İlişkiler:** Turizm destinasyonunda bulunan tarafların temsil edildiği çatı örgütün ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşlarıyla yürüteceği ilişkileri ifade etmektedir.
34. **Kriz Yönetimi:** Turizm destinasyonunda ortaya çıkan ve/veya ortaya çıkması muhtemel ekonomik, politik, siyasi, terörizm, turist kaçırma, doğal afet ve salgın hastalık gibi önemli krizlere karşı alınacak tedbirleri ve yürütülecek faaliyetleri ifade etmektedir.

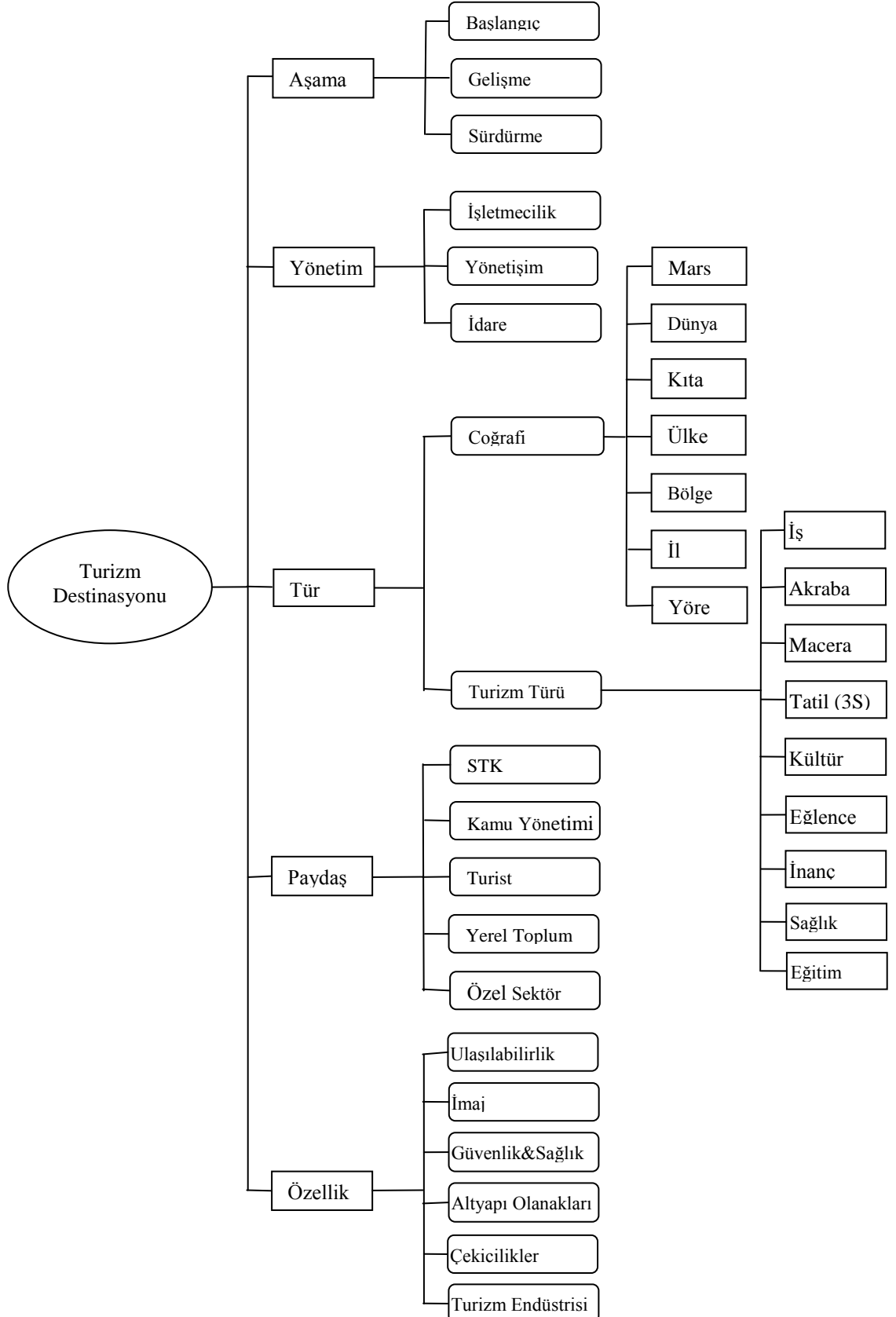
Kamu yönetimi birimlerinin alacağı rollerin türü ile karar mekanizmalarındaki temsil oranı ve ağırlık düzeyi turizm destinasyonunun niteliklerine göre değişiklik gösterebilir. Bir turizm destinasyonunda Kültür ve Turizm Bakanlığı daha fazla rol üstlenerek ön plana çıkarken, diğer bir turizm destinasyonunda büyükşehir belediyesi ön plana çıkabilir.

Şekil 31’de TDY sürecinde kamu yönetimi birimlerinin üstlenmesi gereken roller Türkiye’nin ve dünyanın önemli turizm destinasyonlarında biri olan İstanbul üzerinden bir örnek şeklinde gösterilmektedir. TDY sürecinde üstlenilmesi gereken tüm rollere örnekte yer verilmemiştir. Ayrıca, İstanbul’a gelen turist sayısı ve İstanbul’un turizm altyapısı ve üstyapısı belirli bir düzeye ulaşması nedeniyle turizm destinasyonunun başlangıç aşaması da örnekte yer almamıştır.



Şekil 31: İstanbul'da Kamu Yönetimi Birimlerinin TDY'de Üstlenebileceği Roller

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.



Şekil 32: Turizm Destinasyonu Boyutları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Şekil 32'de turizm destinasyonu; aşama, yönetim, tür, paydaş ve özellik olmak üzere beş boyut olarak incelenmektedir. Bu bağlamda, bir turizm destinasyonu Başlangıç, Gelişme ve Sürdürme olmak üzere üç aşamadan geçmektedir. Turizm destinasyonuna ilişkin yönetim yaklaşımları ise İşletmecilik, Yönetişim ve İdare başlıkları altında incelenmektedir. Turizm destinasyonunun türü ise coğrafi açıdan ve turizme katılım amacına göre değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, coğrafi açıdan turizm destinasyonu; Mars, Dünya, Kıta, Ülke, Bölge, İl ve Yöre olarak ele alınırken turizme katılım amacına göre ise; İş, Akraba ve Arkadaş Ziyareti, Macera, Tatil (Deniz, Güneş, Kum), Kültür, Eğlence, İnanç, Sağlık ve Eğitim olarak ele alınmaktadır. Turizm destinasyonunun paydaşları olarak Kamu Yönetimi, Özel Sektör, Turist, Yerel Toplum ve Sivil Toplum Kuruluşları kabul edilmektedir. Turizm destinasyonunun özelliği; Ulaşılabilirlik, İmaj, Güvenlik & Sağlık, Altyapı Olanakları, Çekicilikler ve Turizm Endüstrisi olarak ele alınmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm destinasyonu yöneti(şi)mi konusunun kapsamlı bir biçimde incelendiği bu çalışmaya göre, bir turizm destinasyonunda kamu yönetimi, sivil toplum kuruluşları, özel sektör, yerel toplum, turist ve çevre olmak üzere altı bileşen bulunmaktadır. Sürdürülebilir bir turizm destinasyonundan bahsedebilmek için bu bileşenlerin birbirine karşı herhangi bir üstünlüğünün olmadığı da kabul edilmesi olmazsa olmaz koşul olarak görülmektedir. Bununla birlikte, her turizm destinasyonunun kendine özgü bazı niteliklere sahip olduğu gerçeği de unutulmamalıdır. Bu nedenle, bir turizm destinasyonunda, belirtilen altı bileşenden herhangi birisinin ya da birkaçının diğer bileşenler üzerinde birtakım etkileme ya da yönlendirme gücü olabilir. Ancak bu güç, diğer bileşenler üzerinde zorla ya da emir yoluyla kullanılmak istendiğinde özellikle uzun dönemde arzulanan neticeyi vermeyecektir.

Bir destinasyonun, turizm destinasyonuna dönüşümü ve varlığını devam ettirebilmesi, diğer bir ifadeyle sürdürülebilir bir turizm destinasyonu haline gelebilmesi için bu altı bileşenin ihtiyaç, beklenti ve isteklerinin optimum bir şekilde karşılanması gerekmektedir. Bu bağlamda, üzerinde durulması gereken nokta, bir bileşenin beklenti ve isteğinin diğer bir bileşenin beklenti ve isteğine zarar vermemesini sağlamaya çalışmaktır. Bu dengenin sağlanabilmesi için belirtilen bileşenler tarafından, birbirleriyle eşgüdümlü bir şekilde, aynı amaç doğrultusunda hareket etmeye imkân tanıyan bir turizm destinasyonu yöneti(şi)m anlayışının benimsenmesi gerekmektedir.

Turizm destinasyonunu oluşturan kamu yönetimi, sivil toplum kuruluşları, özel sektör, yerel toplum, turist ve çevre bileşenlerinin turizm destinasyonu yöneti(şi)mi sürecinde üstlenecekleri roller ve bu rolleri yerine getirme sürecinde karar mekanizmalarındaki ağırlıkları tartışmaya açık bir konudur. Bu noktada, ilgili turizm destinasyonunun:

- ❖ Devlet yapısı,
- ❖ Ekonomik yapısı,
- ❖ Sosyo-kültürel yapısı,
- ❖ Fiziksel ve ekolojik koşulları,
- ❖ Teknolojik koşulları,
- ❖ Politik yapısı,
- ❖ Siyasi yapısı,

- ❖ Toplumsal yapısı,
- ❖ Yönetim kültürü,
- ❖ Özel sektörün konumu,
- ❖ Turizm destinasyonunun gelişim aşaması,
- ❖ Altyapısının gelişmişlik düzeyi,
- ❖ Üstyapısının gelişmişlik düzeyi,
- ❖ Turizm endüstrisinin gelişmişlik düzeyi,
- ❖ İstihdam edilecek kişilerin varlığı ve niteliği,
- ❖ Demografik yapısı,
- ❖ Geliştirilmek istenen turizm türü,
- ❖ Uluslararası konumu,
- ❖ Diğer ülkelerle olan ilişkileri,
- ❖ Uluslararası turizm örgütleriyle olan ilişkileri,
- ❖ Hedef turist kitlesi ve
- ❖ Bileşenlerinin istek ve beklentileri

gibi unsurlar, turizm destinasyonu yöneti(şi)mi sürecinde yer alacak bileşenlerin ve bu bileşenlerin karar mekanizmalarındaki rollerinin ve ağırlıklarının tespit edilmesinde önemli rol oynayacaktır. Bu çalışma kapsamında yapılan tespitler şöyle özetlenebilir:

1. Her destinasyon bir turizm destinasyonu olmamasına rağmen, her turizm destinasyonu bir destinasyondur.
2. Tek bir eser, bina, müze, anıt, park, eğlence merkezi ya da herhangi bir obje turizm destinasyonu olarak değil, ziyaretçileri turizm destinasyonuna cezbeden bir çekim ögesi olarak değerlendirilmelidir.
3. Turizm destinasyonları coğrafi açıdan ve turizm faaliyetlerine katılım amacına göre sınıflandırılabilir.
4. Bir turizm destinasyonunun kamu yönetimi, sivil toplum kuruluşları, özel sektör, yerel toplum, turist ve çevre olmak üzere altı bileşeni bulunmaktadır.
5. Turizm destinasyonunda bulunan bileşenler, birbirinden farklı çıkarılara sahiptir.
6. Turizm destinasyonu yönetim yaklaşımı; işletmecilik (özel sektör), idare (kamu yönetimi) ve yönetişim (tüm bileşenler) olmak üzere üçe ayrılmaktadır.
7. Birbirinden farklı çıkarılara sahip bileşenlerin ortak paydada buluşmaları Türkiye'nin mevcut siyasi, politik, ekonomik, ekolojik, teknolojik ve yasal

koşulları ile toplumsal yapısı çerçevesinde yakın ve orta vadede olanaklı görünmemektedir.

8. Yedinci tespit kapsamında; bir turizm destinasyonu olarak Türkiye'nin sahip olduğu doğal ve yapay kaynaklarından sürdürülebilir olarak işletmecilik, idare ve yönetim yaklaşımlarından herhangi birisi ile yararlanılmasının da çok güç olduğu düşünülmektedir.
9. Destinasyon pazarlaması, turizm destinasyonu yönetimi sürecinin bir parçasıdır.
10. Kongre ve Ziyaretçi Büroları, bir turizm destinasyonunun sahip olduğu doğal ve yapay kaynakları, turizm destinasyonunun bileşenlerini ortak bir paydada buluşturacak biçimde yönetebilecek teknik, örgütsel yapı, insan ve mali kaynakların yanı sıra yasal açıdan da uygun altyapıya sahip değildir.
11. Büyükşehir Belediyesi bulunan; Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Ordu, Sakarya, Samsun, Şanlıurfa, Tekirdağ, Trabzon ve Van illerinde Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin kaldırılması gerekmektedir.
12. Turizm, yerel yönetimler tarafından yetki, görev ve sorumluluk sahibi olunan bir alan olarak değerlendirilmelidir.
13. Büyükşehir Belediyesi bulunan; Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Ordu, Sakarya, Samsun, Şanlıurfa, Tekirdağ, Trabzon ve Van illerinde kaldırılacak Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin yerine büyükşehir belediyesi bünyesinde müstakil bir turizm birimi kurulmalıdır.
14. TÜRSAB ve TUREB mesleki birlikleri, turizm endüstrisinin çok sınırlı bir alanını (seyahat acentaları ve turist rehberleri) temsil etmektedir.
15. Ulusal düzeyde, turizm endüstrisini oluşturan tüm tarafların temsil edildiği mesleki bir çatı birlik kurulmalıdır.
16. Kültür ve Turizm Bakanlığı, her ne kadar yapısında yenilenmeye ihtiyaç duyulsa da Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonu yönetim örgütü konumundadır ve bu konumunu kısa ve orta vadede de koruyacağı öngörülmektedir.

Turizm Destinasyonu Yöneti(şi)mi (TDY); bir destinasyonun sahip olduğu doğal ve yapay kaynakların etkin ve verimli bir şekilde turizmin kullanımına sunulması, farklı ilgi ve önceliklere sahip tarafların ekonomik, sosyal, toplumsal ve çevresel ihtiyaç, istek ve beklentilerinin optimum düzeyde karşılanması ve sürdürülebilir hale getirilmesi amacıyla, turizm destinasyonunun niteliğine göre tarafların temsil edildiği bir yapı aracılığıyla yöneti(şi)mi sürecidir.

TDY'nin daha iyi anlaşılması bakımından tanımda bulunan destinasyon; doğal ve yapay kaynaklar; destinasyon tarafları; ihtiyaç, istek ve beklenti; optimum düzey ile yapı kavramlarının detaylı bir şekilde açıklanmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, belirtilen kavramlarla ilgili aşağıdaki açıklamalara yer verilmektedir.

- Destinasyon:
 - Fiziksel bir yer (İstanbul, Türkiye, Avrupa, Dünya, Mars, vb.)
 - Fiziksel olmayan bir yer (Uzayda bir araç vasıtasıyla seyahat etmek)
- Doğal ve Yapay Kaynaklar:
 - Doğal Kaynaklar (İklim, Flora, Fauna, Deniz, Göl, Dağ, Akarsu, vb.)
 - Yapay Kaynaklar (Kent, Tarihi ve Kültürel Miras, Toplumsal Yapı, Tematik Parklar, Müze, vb.)
- Destinasyon Tarafları:
 - Kamu Yönetimi
 - Merkezi Yönetim
 - Yerinden Yönetim
 - Özel Sektör
 - Mesleki Örgüt
 - Yatırımcı
 - Yönetici
 - Çalışan
 - STK
 - Turist
 - Yerli Turist
 - Yabancı Turist
 - Yerel Toplum
 - Çevre

- Fiziksel Çevre
- Biyolojik Çevre
- İhtiyaç, İstek ve Beklenti:
 - Ortak: Tüm tarafların ihtiyaç, istek ve beklentisi.
 - Tek: Tek bir tarafın ihtiyaç, istek ve beklentisi.
- Optimum Düzey: Tüm tarafların en uygun şekilde ve oranda çıkar elde etmesi.
- Etkinlik & Verimlilik:
 - Verimlilik: Turizm destinasyonunda bulunan kaynaklardan, tüm tarafların beklentilerini karşılayabilecek sürdürülebilir ve yüksek kaliteli maksimum çıktı.
 - Etkinlik: Doğru kaynağın, doğru zamanda, doğru yerde, doğru yöntemle ve doğru paydaş tarafından düzenlenmesi ve yürütülmesi.
- Yapı (Turizm Destinasyonu Yöneti(ş)i)m Örgütü-TDYÖ)
 - Yerel TDYÖ
 - Bölgesel TDYÖ
 - Ulusal TDYÖ

Serbest piyasa ekonomisi koşullarının sağlanmadığı bir ülkede, özel sektörün turizmde, liderlik rolünü üstlenerek turizme yön vermesi rasyonel bir beklenti olmayacaktır. Diğer taraftan, yürütülecek politikaların belirlenmesi ve yönetim sürecinin karar verme mekanizmalarında yer alma geleneği, alışkanlığı ya da kültürü olmayan bir toplumdan, turizm destinasyonu yöneti(ş)i mi sürecine etkin bir şekilde katılmasının beklenmesi de yönetimde katılımcılık bağlamında istenilen sonucu vermeyecektir.

Su, kanalizasyon, enerji, iletişim, haberleşme ve yol gibi temel altyapı olanaklarının olmadığı ya da yetersiz olduğu bir turizm destinasyonuna, sahip olduğu sınırlı üretim faktörlerini kâr amacıyla bir araya getiren ve yönlendiren yatırımcılar, üstyapı yatırımlarını üstlenmeyecektir. Dolayısıyla her bir turizm destinasyonunun yöneti(ş)i m anlayışı ve süreci farklılık gösterecektir. Bu bağlamda; yazın taraması, araştırmacının bilgi ve tecrübesi ile çalışmanın araştırma bölümünde yer alan katılımcı ifadeleri kapsamında, turizm destinasyonu yöneti(ş)i minde kamu yönetimi birimleri tarafından üstlenilmesi gereken roller; ülke, bölge, il ve yöre ölçeği ile turizm destinasyonunun gelişmişlik aşamasına göre tespit edilmiş olsa da yukarıda belirtilen faktörlerden dolayı

her turizm destinasyonu ve her zaman için geçerli olmayacağı göz önünde bulundurulmalıdır.

Gerek ilgili yazında gerekse bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırmada, destinasyon kavramının doğrudan turizm destinasyonu yerine sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte, Türkçe'ye İngilizce'den, İngilizce'ye de Fransızca'dan geçen ve hedef, varış yeri, varış noktası ya da gidilecek yer anlamına gelen destinasyon kelimesinin doğrudan bir turizm destinasyonu için kullanılmasının doğru olmadığı düşünülmektedir.

Destinasyon kavramı, özellikle havayolu ulaşımında varış yeri anlamında kullanılmaktadır. İkamet ettiği şehir veya ülkeden bir başka şehir veya ülkeye seyahat etmek isteyen bir turistin, havaalanında bulunan bilgi tabelasında gördüğü "destinasyon-destination" kavramı gidilecek yer, varılacak yer ya da hedef anlamlarında kullanılabilir. Diğer taraftan, turistin tatilini tamamladıktan sonra ikamet ettiği şehre ya da ülkeye dönmek üzere gittiği havaalanında bulunan bilgi tabelasında da yine "destinasyon-destination" ifadesi bulunmaktadır. Dolayısıyla "destinasyon-destination" kavramının, hem turistin ikamet ettiği yer hem de turistin tatilini geçirdiği yer amacıyla kullanılması destinasyon ile turizm destinasyonu kavramlarının birbirinden farklı olduğunu ortaya koyması bakımından önemli görülmektedir.

Her ne kadar turizm endüstrisinde, destinasyon ifadesiyle turizm destinasyonu anlatılmak istense de bilimsel çalışmalarda, destinasyon ifadesi yerine turizm destinasyonu ifadesinin kullanılması, kavramların doğru ve yerinde kullanımı bakımından daha uygun olacaktır.

Turizm destinasyonu yönetimi dile getirildiğinde, destinasyon pazarlamasına yönelik kavramların ve konuların ele alınması, bu iki konu hakkında da bir kavram karmaşası olduğunu göstermektedir. Bir köyün, kasabanın, ilçenin, yörenin, şehrin, bölgenin, ülkenin ya da kıtanın hatta dünya dışında bir gezegenin turizm destinasyonu olarak diğer turizm destinasyonlarına karşı farklılığını ortaya koyabilmek ve rekabet etmek amacıyla gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinin, bu karışıklığın ortaya çıkmasında önemli bir payı olduğu düşünülmektedir. Bir turizm destinasyonunun pazarlanması ve tanıtımının yanı sıra turizm destinasyonunun sahip olduğu doğal ve yapay çevre kaynaklarının yöneti(şi)mi de turizm destinasyonu yönetiminin parçalarıdır.

Kamu Yöneticileri: Turizm sistemi, turizm sektörü ya da turizm endüstrisi hatta sadece turizm kavramı çok kapsamlı ve karmaşık bir yapıyı ifade etmektedir. Turizm bir kişi, kurum, kuruluş veya örgütün tek başına yürütebileceği ve/veya kontrol edebileceği bir alan değildir. Bununla birlikte, dünya genelinde 1 milyardan fazla insanın uluslararası turizme katıldığı ve turizm destinasyonlarına yaklaşık 1 trilyon dolarlık gelir sağlayan böyle bir hareketlilik elbette ülkelerin, devletlerin ve kamu yöneticilerinin ilgisini çekmektedir. Bu çalışma kapsamında kamu yöneticilerine yönelik bazı öneriler şöyle sıralanabilir:

- Kamu yönetimini meydana getiren gerek merkezi yönetim birimlerinin gerekse de yerinden yönetim birimlerinin yöneticilerinin turizme ilgi duymaları ve turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerini anlamaya çalışmaları, turizm politikalarının oluşturulması ve bu politikalar doğrultusunda yapılacak faaliyetlerin daha etkin ve verimli bir şekilde yerine getirilmesini sağlayacaktır.
- Türkiye'nin bir bütün olarak tanıtılmasına yönelik faaliyetler yerine bölge, il, yöre, ilçe hatta tek bir köy şeklinde parçalara odaklanması kaynakların daha etkin kullanımı açısından önemli görülmektedir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizm destinasyonu yönetiminde, özellikle turizm destinasyonunun gelişme ve sürdürme aşamalarında düzenleyici ve denetleyici rollerini üstlenmesi etkinlik açısından önemli görülmektedir.
- İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin, merkezi yönetimin uzantısı olarak bir teşkilatlanmadan öteye gidememesi nedeniyle, kaldırılmalarının özelde iller ve genelde Türkiye açısından daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Özellikle, büyükşehir belediyelerinin yetki, görev ve sorumluluk alanlarının, illerin mülki idare sınırlarına kadar genişletilmesi nedeniyle, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin işlevlerinin büyükşehir belediyeleri tarafından daha etkin bir şekilde yerine getirileceği düşünülmektedir.
- Bir destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerinin, en iyi şekilde en yakında bulunan yerinden yönetim birimleri tarafından tespit edilebileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, destinasyonun turizm destinasyonuna dönüştürülmesi sürecinde ortaya çıkacak muhtemel sorunlar ve çözüm önerilerinin de yine en yakında bulunan yerinden yönetim birimleri tarafından analiz edilmesi sayesinde hızlı ve etkili bir şekilde müdahale etme olanağı sağlanacaktır.

- Başta büyükşehir belediyeleri olmak üzere il ve ilçe belediyelerinin turizme daha fazla ilgi göstermeleri, şehirlerin rekabet içerisinde olduğu günümüzde yetki ve sorumluluk sahibi oldukları yerlerin tanıtılması, gelişmesi ve kalkınması bağlamında rekabet üstünlüğü için avantaj sağlayacaktır.
- Gerek yerinden yönetim birimlerinin turizm politikalarının, stratejilerinin ve uygulamalarının yürütülmesi ve denetimi açısından gerekse turizm ile ilgili diğer paydaşlarla koordinasyonun sağlanması açısından yerel yönetim birimlerinde turizm ile ilgili birimlerin kurulması gerekmektedir.
- Başta büyükşehir belediyelerinde olmak üzere il ve ilçe belediyelerinde, mutlaka turizm eğitimi almış kişilerin istihdam edilmesi sağlanmalıdır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yerel yönetimler için yol gösterici rehber niteliğinde kılavuzlar hazırlanmalıdır.
- Kalkınma ajansları tarafından turizm ile ilgili konularda, yerel yönetim birimlerine proje desteği verilebilir.
- Gerek merkezi yönetim birimleri gerekse yerinden yönetim birimleri, yetkili ve sorumluluk sahibi oldukları alanlarda, turizm ile ilgili konuların karar verme süreçlerine yerel toplumun da katılımını sağlayacak ortamın oluşturulabilmesi için gerekli tedbirleri almalıdır.
- Gerek merkezi yönetim birimleri gerekse yerinden yönetim birimleri, yetkili ve sorumluluk sahibi oldukları alanlarda, turizm ile ilgili konuların karar verme süreçlerine sivil toplum kuruluşlarının da katılımını sağlayacak ortamın oluşturulabilmesi için gerekli tedbirleri almalıdır.
- Gerek merkezi yönetim birimleri gerekse yerinden yönetim birimleri, yetkili ve sorumluluk sahibi oldukları alanlarda, turizmin muhtemel olumsuz toplumsal, ekonomik ve çevresel etkilerini önleyecek gerekli tedbirleri almalıdır.
- Turizmin ekonomik etkilerini ölçmek ve bu konuda turizm endüstrisine veri sağlamak amacıyla, turizm uydu hesaplarının, merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimleri tarafından takip edilmesi ve uygulanması gerekmektedir.
- Gerek merkezi yönetim birimleri gerekse yerinden yönetim birimleri, ulusal ve uluslararası turizm örgütleriyle iletişim ağı kurarak ulusal ve uluslararası güncel gelişmeleri takip etmelidir.

- Gerek merkezi yönetim birimleri gerekse yerinden yönetim birimleri, yetki, görev ve sorumluluk sahibi oldukları alanları ziyaret edenlere yönelik memnuniyet araştırmaları aracılığıyla, sorunları yerinde ve büyümeden teşhis etmelidir.
- Gerek merkezi yönetim birimleri gerekse yerinden yönetim birimleri, yetki, görev ve sorumluluk sahibi oldukları alanlarda faaliyette bulunan özel sektör temsilcileriyle belirli dönemlerde bir araya gelerek özel sektörün beklentileri ve sorunları doğrudan ve erkenden tespit edilmelidir.
- Gerek merkezi yönetim birimleri gerekse yerinden yönetim birimleri, yetki, görev ve sorumluluk sahibi oldukları alanların ekolojik dengesini bozabilecek herhangi bir uygulamaya kısa vadeli ekonomik fayda nedeniyle izin vermemelidir.
- En kısa sürede turizm endüstrisini meydana getiren tüm tarafları bir çatı altında toplayacak bir şemsiye örgüt kurulmalıdır.
- Kurulacak şemsiye örgüt, ulusal ve uluslararası gelişmeleri takip ederek iyi uygulama örneklerini ve turist eğilimlerini temsilcilerine aktarmalıdır.
- Merkezi yönetim birimleri, yerinden yönetim birimleri, turizm endüstrisini temsil eden şemsiye örgüt, sivil toplum kuruluşları, yerel toplum ve turist atılacak her adımda, üzerinde yaşadığımız dünyanın kaynaklarının sınırlı olduğu gerçeğini unutmamalıdır.
- Merkezi yönetim birimleri, yerinden yönetim birimleri, turizm endüstrisini temsil eden şemsiye örgüt, sivil toplum kuruluşları, yerel toplum ve turist gelecek nesillerin yaşama ve kullanma hakkına saygı duymalıdır.

Araştırmacılar ve gelecek araştırmalar: Turizm destinasyonunda birbirinden farklı çok sayıda taraf bulunmaktadır. Bu çalışmada, taraflardan birisi olan kamu yönetimi ele alınmıştır. Bununla birlikte, kamu yönetiminden başka yerel toplum, turist, sivil toplum kuruluşları, çevre ve özel sektör de turizm destinasyonunu oluşturan diğer bileşenler olarak sıralanabilir. Turizm destinasyonu yönetimi konusuna ilgi duyan araştırmacılar için bazı öneriler aşağıda sunulmaktadır:

- Farklı turizm destinasyonlarında, kamu yönetiminin turizm destinasyonu yönetimindeki rolleri araştırılarak, turizm destinasyonları arasındaki farklılık ortaya çıkarılabilir.

- Farklı turizm destinasyonlarında, turizm destinasyonu yönetiminde, merkezi yönetim birimlerinin üstlendiği ve/veya üstlenmesi gereken roller ortaya çıkarılabilir.
- Farklı turizm destinasyonlarında, turizm destinasyonu yönetiminde, yerinden yönetim birimlerinin üstlendiği ve/veya üstlenmesi gereken roller ortaya çıkarılabilir.
- Turizm destinasyonu yönetiminde, büyükşehir belediyeleri ile il ve ilçe belediyelerinin üstlendiği ve/veya üstlenmesi gereken rolleri ortaya çıkaracak araştırmalar yaparak belediyeler arasında karşılaştırma olanağı sağlanabilir.
- Turizm destinasyonu yönetimi ile destinasyon pazarlaması konularına yönelik kavramsal ve uygulamalı araştırmalar yaparak bu iki konuda yaşanan kavramsal karışıklığın ortadan kaldırılması ve ilgili yazına katkıda bulunulabilir.
- Turizm destinasyonu yönetimi, turizm destinasyonu idaresi ve turizm destinasyonu yönetimi gibi turizm destinasyonu yönetimine yönelik yaklaşımlara yönelik kavramsal ve uygulamalı araştırmalar yaparak hem bu yaklaşımların farklı ve benzer noktalarının tespit edilmesine hem de ilgili yazına katkıda bulunulabilir.
- Ülke, bölge, il ve yöre düzeyinde turizm destinasyonu yönetim örgütleri incelenerek aralarındaki benzer ve farklı noktaların yanı sıra güçlü ve zayıf yönlerinin de tespit edilmesine katkıda bulunulabilir.
- Turizm destinasyonu yönetiminde çevre, turistler, yerel toplum, turizm işletmeleri, turizm endüstrisinde çalışanlarla ilgili olarak kurulan sivil toplum kuruluşlarına yönelik araştırmalar yaparak sivil toplum kuruluşlarının yeri ve öneminin tespit edilmesine katkıda bulunulabilir.
- Turizmin öznesi konumunda olan yerli ve yabancı turistlerle ilgili doğrudan araştırmalar yaparak turizm destinasyonu yönetiminde, turistlerin yeri ve öneminin tespit edilmesine katkıda bulunulabilir.
- Bir turizm destinasyonunun asıl sahibi olarak kabul edebileceğimiz yerel toplumla ilgili araştırmalar yaparak turizm destinasyonu yönetiminde, yerel toplumun yeri ve öneminin tespit edilmesine katkıda bulunulabilir.
- Turistlerin ihtiyaç ve isteklerini karşılamak üzere, üretim faktörlerinin bir araya getiren ve turizm endüstrisini meydana getiren özel sektör ile ilgili araştırmalar

yaparak turizm destinasyonu yönetiminde, özel sektörün yeri ve öneminin tespit edilmesine katkıda bulunulabilir.

- Turizm endüstrisini meydana getiren özel sektör işletmecilerinin, bir ya da daha fazla vakıf, dernek ve birlik çatısı altında toplanarak oluşturdukları mesleki birlikler ile ilgili araştırmalar yaparak turizm destinasyonu yönetiminde, mesleki birliklerin yeri ve öneminin tespit edilmesine katkıda bulunulabilir.

Dolayısıyla gelecekte, turizm destinasyonu yönetimi konusuna ilgi duyan araştırmacılar ve akademisyenler, belirtilen bu önerilerden bir ya da birkaçıyla ilgili bilimsel ve akademik çalışmalar yaparak ilgili yazına katkıda bulunmanın yanı sıra kamu yöneticilerine yönelik rehberlik edecek önerilerde de bulunabilirler.

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde başlayan ve hızlı bir gelişme süreci neticesinde, uluslararası turist sayısı bakımından Türkiye'yi, dünyada altıncı sıraya kadar yükselten turizm endüstrisi kendi başına bırakılmayacak kadar önemli bir alandır. Bununla birlikte, kim(ler) tarafından hangi yetki, görev, sorumluluk ve rol ile nasıl yönetileceği konusu da henüz tam olarak açıklığa kavuşturulamamıştır.

Yaptırım gücü ve sahip olduğu imkânlar nedeniyle turizm alanında, kamu yönetiminin önemli bir taraf olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, turizmde çok yönlülüğü sağlayabilecek taraf olarak kamu yönetimi görülmektedir. Bu bağlamda, çalışma kapsamında, kamu yönetimi ile turizm ilişkisine vurgu yapılmış ve genelde kamu yönetimi özelde ise merkezi yönetim ve yerinden yönetim birimlerinin turizmde üstlenebileceği rollerin tespit edilmesi arzulanmıştır.

KAYNAKÇA

- ACARTÜRK, Ertuğrul & Özgür, Hüseyin (2004), Teoride ve Türkiye’de Desantralizasyon, Kamu Yönetimi, Editörler: Abdullah Yılmaz, Mustafa Ökmen, Gazi Kitabevi, Ankara.
- AFFOLTER, Daniel (2001), The Tourism Marketplace: New Challenges, *in Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- AKBABA, Atilla (2012), Destinasyon Geliştirme ve Küçük Ölçekli Turizm İşletmeleri: Akçakoca Üzerine Bir İnceleme, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 2012-1, Sayı: 24, ss. 1-15.
- AKBAŞ, Zafer & Tuna, Hakan (2012), Bir Dış Politika Aracı Olarak Yumuşak Gücün Turizm Sektörüne Etkisi: Türkiye Örneği Üzerinden Bir Değerlendirme, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, Yıl: 49, Sayı: 571, ss. 5-18.
- AKILLI, Hüsniye (2010), “Türkiye’de Yerel Yönetim Sistemindeki Dönüşümün Sayısal Sonuçları: Antalya Örneği”, *Türk İdare Dergisi*, İçişleri Bakanlığı, Yıl: 82, Sayı: 469, ss. 11-35, Ankara.
- AKTAS, Gurhan & Gunlu, A. Ebru (2004), Crisis Management in Tourist Destinations, *in Global Tourism*, 3rd Edition, Editors: William F. Theobald, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- AKYEL, Recai & Köse, Hacı Ömer (2010), Kamu Yönetiminde Etkinlik Arayışı: Etkin Kamu Yönetimi İçin Etkin Denetimin Gerekliliği, *Türk İdare Dergisi*, Sayı: 466, ss. 9-45.
- ALVAREZ, Dolares, Maria (2007) Destinasyon Kalitesi, içinde Ş. Gümüşoğlu, İ. Pırnar, P. Akan, A. Akbaba (ed.), *Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- ANAND, Aseem (1997), *Advance Dictionary of Tourism*. New Delhi: Sarup&Sons.
- ANDAÇ, Faruk (2013), *Turizm Hukuku*, Beşinci Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

- ANGELLA, Francesca, Carlo, Manuela De Carlo & Sainaghi, Ruggero (2010), Archetypes of Destination Governance: a Comparison of International Destinations, *Tourism Review*, Vol. 65, Iss: 4, pp. 61–73.
- ARCHER, Brian, Cooper, Chris & Ruhanen, Lisa (2004), The Positive and Negative Impacts of Tourism, Ed. William F. Theobald, *in: Global Tourism*, Third Edition, Elsevier, the USA, pp. 79-102.
- AVCI, Nilgün (2007), Turizmde Taşıma Kapasitesinin Önemi, *Ege Akademik Bakış*, Yıl: 7, Sayı: 2, ss. 485-501.
- AVRAHAM, Eli (2006), Public Relations and Advertising Strategies for Managing Tourist Destination Image Crises, *in Tourism, Security & Safety: From Theory to Practice*, Editors: Yoel Mansfeld, Abraham Pizam, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- Avustralya Endüstri, Turizm ve Kaynaklar Departmanı (2013), Annual Report 2012-2013: Enhancing Australia's Economic Prosperity, Department of Resources, Energy and Tourism, Australian Government.
- BALCI, Ali (1995), Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler, 72TDFO Bilgisayar-Yayıncılık, Ankara.
- BAUM, Tom (2006), The Future of Work and Employment in Tourism, *in Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- BEHDAD, Ali (2007), Belated Travelers, Kolonyal Çözülme Çağında Oryantalizm, Çeviren: Sibel Erduman, Berkay Ersöz, Chiviyazıları Yayınevi, İstanbul.
- BEIRMAN, David (2003), Restoring Tourism Destinations in Crisis: A Strategic Marketing Approach, the UK-USA: CABI Publishing.
- BERGSMA, Maggie (2001), Travel Distribution Systems: One-to-One Marketing, *in Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- BERİTELLİ, Pietro, Bieger, Thomas & Laesser, Christian (2007), Destination Governance: Using Corporate Governance Theories as a Foundation for Effective

- Destination Management, *Journal of Travel Research*, Sage Publications, Vol: 46 (1), pp. 96-97.
- BHATIA, Arjun, Kumar (2002), *Tourism Development: Principles and Practices*, Sterling Publishing, India.
- BİLGİN, Pınar (2009), *Turizm Yönetimi ve Yeniden Yapılanması*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- BİLGİÇ, Veysel K. (2011), *Küreselleşme Sürecinde Kamu Hizmetinde Dönüşüm, içinde Kamu Yönetiminde Yeni Vizyonlar*, Editör: Bekir Parlak, 2. Baskı, Alfa Aktüel Yayınları, Bursa.
- BOKSBERGER, Philipp, Anderegg, Roland & Schuckert, Markus (2011), *Structural Change and Re-engineering in Tourism: A Chance for Destination Governance in Grisons, Switzerland?*, in *Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues*, Editors: Eric Laws, Harold Richins, Jerome Agrusa and Noel Scott, Cabi Publishing, the UK.
- BONETTI, Enrico, Petrillo, Clara S. & Simoni, Michele (2006), *Tourism System Dynamics: A Multi-level Destination Approach*, in *Tourism Local Systems and Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- BORNHORST, Tom, Ritchie, J.R., Brent & Sheehan, Lorn (2010), *Determinants of Tourism Success for DMOs & Destinations: an Empirical Examination of Stakeholders' Perspectives*, *Tourism Management*, Vol: 31, pp. 572-589.
- BOZKURT, Ömer & Ergun, Turgay (2008), *Kamu Yönetimi Sözlüğü*, 2. Baskı, Editör: Seriyse Sezen, Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE) Yayınları, Yayın No:342, Ankara.
- BRAMWELL, Bill (2004), *Interventions and Policy Instruments for Sustainable Tourism*, in *Global Tourism*, 3rd Edition, Editors: William F. Theobald, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- BRAMWELL, Bill (2006), *Actors, Networks and Tourism Policies*, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.

- BRAMWELL, Bill & Lane, Bernard (2011), Critical Research on the Governance of Tourism and Sustainability, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 19, Iss. 4-5, pp. 411-421.
- BREDA, Zélia, Costa, Rui & Costa, Carlos (2006), Do Clusters and Networks Make Small Places Beautiful? The Case of Caramulo (Portugal), in *Tourism Local Systems and Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- BUHALIS, Dimitrios & Peters, Mike (2006), SMEs in Tourism, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- BURKART, J., Arthur & Medlik, Slavoj. (1988), *Tourism: Past, Present and Future*, Second Edition, ELBS Heinemann Professional Publishing, London.
- BURNS, M. Peter (2004), Social Identities, Globalisation, and the Cultural Politics of Tourism, in *Global Tourism*, 3rd Edition, Editors: William F. Theobald, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- BUTLER, W. Richard (1997), The Concept of Carrying Capacity for Tourism Destinations: Dead or Merely Buried?, In: *Tourism Development: Environmental and Community Issues*, Editors: Chris Cooper, Stephen Wanhill, Wiley, England.
- BUTLER, W. Richard & Jones, Peter (2001), Conclusions – Problems, Challenges and Solutions, in *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- BUTLER, W. Richard (2006), The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, The Tourism Area Life Cycle: Applications And Modifications, Editor: Richard W. Butler, Channel View Publications, Vol. 1, Great Britain.
- CANPOLAT, Hasan & Cangir, Mehmet (2010), Değişen Dünyada Kamu Yönetiminin Geleceği ve Türkiye'nin Reform Gündemi: Devletin Daha Fazla Demokratikleşmesi, *Türk İdare Dergisi*, Sayı: 466, ss. 25-45.
- CAPONE, Francesco (2006), Systemic Approaches for the Analysis of Tourism Destination: Towards the Tourist Local Systems, in *Tourism Local Systems and*

- Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- CAVLEK, Nevenka (2006), Tour Operators and Destination Safety, in *Tourism, Security & Safety: From Theory to Practice*, Editors: Yoel Mansfeld, Abraham Pizam, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- CETRON, Marvin (2001), The World of Today and Tomorrow: The Global View, in *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- CLARK, Colin (2001), The Future of Leisure Time, in *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- CONNELL, Jo & Page, Stephen J. (2003), Visitor Attractions, in *Tourism Management: Managing For Change*, Editor: J. Page Stephen, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, UK. aktaran POLAT, Serkan (2011), Destinasyon Yönetiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Önemi: İstanbul Örneği, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul*.
- COSTA, Carlos (2006), Tourism Planning, Development and the Territory, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- COSTA, Carlos & Buhalis, Dimitrios (2006), Conclusion: Tourism Management Dynamics, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- CUSIMANO, Girolamo & Giannone, Maurizio (2006), The Geographies of Tourism: Organizing the Space between Localisms and Global Networks, in *Tourism Local Systems and Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- ÇEVİK, Hasan Hüseyin (2010), Kamu Yönetimi Açısından Son Yüzyılda Devletin Değişen Rolü, içinde Küreselleşme Karşısında Kamu Yönetimi ve Hizmeti,

Editörler: Ahmet Hamdi Aydın, İ. Ethem Taş, Meltem Kılıç, Zehra Gül, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Yayınları, Yayın No. 136, ss. 38-45, Kahramanmaraş.

ÇEVİK, Hasan Hüseyin & Demirci, Süleyman (2011), Kamu Politikası: Aktörler ve Modeller, içinde Kamu Yönetiminde Yeni Vizyonlar, Editör: Bekir Parlak, 2. Baskı, Alfa Aktüel Yayınları, Bursa.

DAVIS, Duane (2005), Business Research for Decision Making, Sixth Edition, Thomson Brooks/Cole, Canada.

DE CARLO, Manuela, Cugini, Antonella & Zerbin, Fabrizio (2008), Assessment of Destination Performance: A strategy Map Approach, Tourism Review, Vol. 63, Iss. 2, pp. 25-37, Emerald Group Publishing Limited.

DEMİR, Cengiz & Çevirgen, Aydın (2006), Turizm ve Çevre Yönetimi: Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

DEMİRCİ, Mustafa (2007), “Kamu Yönetimi Etiğinin Normatif Temelleri”, Kamu Yönetimi Yazıları, Editörler: Bilal Eryılmaz, Musa Eken, Mustafa Lütfi Şen, Nobel Yayın, Ankara.

DEMİRKOL, Şehnaz & Oktay, Kutay (2004), Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar, Sakarya Kitabevi, Sakarya.

DEMİRKOL, Şehnaz & Çetin, Gürel (2014), Turizm Politikaları ve Alternatif Yönetim Yaklaşımları, Editör: Şehnaz Demirkol, 2. Baskı, Değişim Yayınları, Sakarya.

DERDİMAN, R., Cengiz (2003), Türkiye İdaresinin Hukuksal Yönü ve Yapısı: Temel Bilgiler İdari Teşkilat Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

DENHARDT, B., Robert & Denhardt, V. Janet (2009), Public Administration: An Action Orientation, The Thomson Corporation, 6th edition, Belmont, USA.

DEY, Ian (1993), Qualitative Data Analysis, Routledge, London.

DREDGE, Dianne, Macbeth, Jim, Carson, Dean, Beaumont, Narelle, Northcote, Jeremy & Richards, Fiona (2006), Achieving Sustainable Local Tourism Management, Sustainable Tourism Research CRC, Australia.

- DREDGE, Dianne, Jenkins, John & Whitford, Michelle (2011), *Tourism Planning and Policy: Historical Development and Contemporary Challenges*, in *Stories of Practice: Tourism Policy and Planning*, Editors: Dianne Dredge, John Jenkins, Ashgate Publishing, Great Britain.
- DURSUN, Davut (1998), *Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Doğuşu ve Siyasi/İdari Gelişme, Türkiye’de Yönetim Geleneği: Kurumlar, Sorunlar ve Yeniden Yapılanma Arayışları*, Editörler: Davut Dursun, Hamza Al, İlke Yayıncılık, İstanbul.
- DWYER, Larry & Kim, Chulwan (2003), *Destination Competitiveness: Determinants and Indicators*, *Current Issues in Tourism*, Vol. 6, No. 5, pp. 369-414.
- DWYER, Larry (2004), *Trends Underpinning Global Tourism in the Coming Decade*, in *Global Tourism*, 3rd Edition, Editors: William F. Theobald, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- ERDOĞAN, Harun (1995), *Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm*, 2.Baskı, Uludağ Üniversitesi Yayınları, Bursa.
- ERGUN, Turgay (2003), *Postmodernizm ve Kamu Yönetimi, Türkiye’de Kamu Yönetimi*, Editörler: Burhan Aykaç, Şenol Durgun, Hüseyin Yayman, Yargı Yayınevi, Ankara.
- ERYILMAZ, Bilal (2008), *Kamu Yönetimi: Düşünceler, Yapılar, Fonksiyonlar, Güncellenmiş Yeni Baskı*, Okutman Yayıncılık, Ankara.
- EUROPEAN COMMISSION (2012), *Enterprise and Industry, European Destinations of Excellence: Useful Links*, <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/useful-links/indexen.htm> Erişim Tarihi: 23.01.2014; aktaran POLAT, Serkan (2014), *Avrupa Birliği Turizm Politikaları Üzerine Bir Değerlendirme*, içinde *Avrupa Birliği Tartışmaları ve Öneriler*, Editörler: Aziz Tuncer, Hakan Demir, Sakarya Üniversitesi Basımevi, Yayın No: 104, Sakarya.
- FAULKNER, Bill H.W. (2004), *Developing Strategic Approaches to Tourism Destination Marketing: The Australian Experience*, in *Global Tourism*, 3rd Edition, Editors: William F. Theobald, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.

- FÜRST, Dietrich (2011), Çok Katmanlı Yönetişim ve Bölgesel Yönetişim Üzerine, Çeviren: M. Akif Çukurçayır, içinde Kamu Yönetiminde Yeni Vizyonlar, Editör: Bekir Parlak, 2. Baskı, Alfa Aktüel Yayınları, Bursa.
- GEGEZ, A. Ercan (2007), Pazarlama Araştırmaları, Geliştirilmiş 2. Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- GETZ, Donald & Timur, Seldjan (2004), Stakeholder Involvement in Sustainable Tourism: Balancing the Voices, in *Global Tourism*, 3rd Edition, Editors: William F. Theobald, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- GHIRELLI, Silvia (2013), From Destination Management to Destination Governance, Tafter Journal, pp. 1-5.
- GİRİTLİ, İsmet (1991), Türkiye'nin İdari Yapısı, 8. Baskı, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- GLENSOR, Ronald W. & Peak, Kenneth J. (2004), Crimes Against Tourists, *Problem Oriented Guides for Police Problem Specific Guides Series*, Guide No: 26, U.S. Department of Justice.
- GO, Frank & Klooster Erik van't (2006), Managing Globalization, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- GOELDNER, Charles R. & Ritchie, J. R. Brent (2009), Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 11th Edition, John Wiley & Sons, New Jersey, the USA.
- GÖZÜBÜYÜK, Şeref (2010), Türkiye'nin Yönetim Yapısı, Güncelleştirilmiş 11. Bası, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.
- GUNN, Clare A. & Var, Turgut (2002), Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases, Routledge, Great Britain.
- GÜRSOY, Cevad R. (1957), Türkiye'nin Coğrafi Taksimatında Yapılması İcabeden Bazı Tashihler, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 1.3, ss. 219-239.
- HACIOĞLU, Necdet (2008), Turizm Pazarlaması, 6. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

- HALES, Colin (2006), Organizations and Management in the Future, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- HALL, C. Michael (2011), A Typology of Governance and Its Implications for Tourism Policy Analysis, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 19(4-5), pp. 437-457.
- HARTLEY, Keith & Hooper, Nicholas (1993), *Tourism Policy: Market Failure and Public Choice and Perspectives on Tourism Policy*, In P. Johnson and B. Thomas (eds) Mansell, aktaran HOWIE, Frank (2003), *Managing the Tourist Destination*, Thomson, Cornwall, the UK.
- HEELEY, John (2001), *Public-Private Sector Partnerships in Tourism*, Ed. A. Lockwood & S. Medlik, in *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Butterworth-Heinemann Publishing, Oxford, the UK.
- HOLLOWAY, J. Christopher (1987), *The Business of Tourism*, Second. Edition, Pitman Publishing, London.
- HOWIE, Frank (2003), *Managing the Tourist Destination*, Thomson, Cornwall, the UK.
- <http://www.bmwi.de> (2014), Advisory Boards, the Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, <http://www.bmwi.de/EN/Ministry/advisory-boards,did=168278.html> (29.10.2014).
- <http://www.chinatourism.ch> (2014), China National Tourism Administration Introduction, <http://www.chinatourism.ch/html/about/02/> (29.10.2014).
- <http://www.ethics.unwto.org> (2014a), Global Code of Ethics for Tourism, Ethics and Social Responsibility, the United Nations World Tourism Organization, <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf> (31.10.2014).
- <http://www.ethics.unwto.org> (2014b), Global Code of Ethics for Tourism, Ethics and Social Responsibility, the United Nations World Tourism Organization, http://ethics.unwto.org/private-sector-signatories-of-the-commitment?field_signatories_region_value_many_to_one=All&field_signatories_country_value_many_to_one=Turkey (31.10.2014).
- <http://www.germany-travel> (2014), About German National Tourist Board, <http://www.germany.travel/en/germany/about-us/the-gntb/the-gntb.html> (29.10.2014).

- <http://www.jnto.go.jp> (2014a), About Japan National Tourism Organization, <http://www.jnto.go.jp/eng/about/index.html> (29.10.2014).
- <http://www.jnto.go.jp> (2014b), Japan National Tourism Organization Offices, http://www.jnto.go.jp/eng/contact/regional_offices.html#overseas (29.10.2014).
- <http://www.kulturveturizm.gov.tr> (2014), Teşkilat Şeması, Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.kulturturizm.gov.tr/TR,22961/teskilat-semasi.html> (30.10.2014).
- <http://www.minetur.gob.es> (2014), The Ministry Organization, Endüstri, Enerji ve Turizm Bakanlığı, <http://www.minetur.gob.es/en-US/Organizacion/Paginas/Organizacion.aspx> (08.10.2014).
- <http://www.russiantourism.ru> (2014), About the Federal Agency for Tourism, <http://www.russiatourism.ru/en/content/11/section/detail/4005/> (29.10.2014).
- <http://www.tanitma.gov.tr> (2014a), Pazarlama Hedefleri ve İletişim Stratejileri, Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.tanitma.gov.tr/TR,22914/pazarlama-hedefleri-ve-iletisim-stratejileri.html> (30.10.2014).
- <http://www.tanitma.gov.tr> (2014b), Turizm Ofisleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.tanitma.gov.tr/TR,46197/turizm-ofisleri.html> (30.10.2014).
- <http://www.teftis.kulturveturizm.gov.tr> (2014), Kültür ve Turizm Araştırmaları Dizini, Milletlerarası Anlaşmalar, Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14104/kultur-ve-turizm-anlasmalari-dizini.html> (30.10.2014).
- <http://www.tdk.gov.tr> (2014), Güncel Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts (09.04.2014).
- <http://www.tourspain.es> (2014), The Organization, <http://www.tourspain.es/en-us/Conozcanos/Paginas/Organismo.aspx> (08.10.2014).
- <http://www.un.org> (2014), The Universal Declaration of Human Rights, the United Nations, <http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml#a24> (31.10.2014).
- IVANOVIC, Milena (2009), The Tourist Destination, in *Tourism Development 1: Fresh Perspectives*, Editors: Milena Ivanovic, Pula Solomon Khunou, Nicola Reynish, Petroné Pawson, Lisebo Tseane, Natalie Wassung, Pearson and Prentice Hall, South Africa.

- İÇÖZ, Orhan & Kozak, Metin (2002), Turizm Ekonomisi: Turizmin Makro ve Mikro Ekonomik Etkileri, 2.Baskı, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.
- İÇÖZ, Orhan, Var, Turgut & İlhan, İbrahim (2009), Turizm Planlaması ve Politikası: Turizmde Bölgesel Planlama, 2. Basım, Turhan Kitabevi, Ankara.
- JAMAL, Tazim & Jamrozy, Ute (2006), Collaborative Networks and Partnerships for Integrated Destination Management, *in Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- JAMAL, Tazim & Watt, E. Melanie (2011), Climate Change Pedagogy and Performative Action: Toward Community-Based Destination Governance, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 19, Nos. 4-5, pp. 571-588.
- JEFFRIES, David (2007), Governments and Tourism, Elsevier Butterworth-Heinemann, Great Britain
- JOHRI, K., Pradeep (2005), Encyclopaedia of Tourism in 21st Century, Anmol Publications, New Delhi, India.
- KARAKURT, Birol (2011), Küresel Kriz Sonrası Devletin Rolünün Yeniden Tanımlanması: Düzenleme ve Denetim Rolünün Hatırlanması, içinde Küreselleşme ve Kamu Yönetiminde Dönüşüm, Editörler: Ahmet Kesik, Hasan Canpolat, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- KARASAR, Niyazi (2004), Araştırmalarda Rapor Hazırlama, 12. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- KAPUCU, Naim & Palabıyık, Hamit (2008), From Tradition to Modern Age: Turkish Public Administration, Turkey: International Strategic Research Organization (ISRO) Publications, Ankara.
- KAYA (1992), Kamu Yönetimi Araştırması: Yerel Yönetimler Araştırma Grubu Raporu, *Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları*, No: 247, Ankara.
- KILIÇ, Gonca (2002), *Belediyelerin Bölge Turizmine Olan Etkileri: Akçakoca Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

- KLANCNIK, Rok V (2006), Media and Communications, *in Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- KOÇEL, Tamer (2005), İşletme Yöneticiliği, 10. Baskı, Arıkan Basım Yayım, İstanbul.
- KOYUNOĞLU, Sevim (2003), Turist Sağlığı: Turist Sigortası ve Tüketicinin Korunması, Detay Yayıncılık, Ankara.
- KOZAK, Nazmi (1993), Bırakın, Bazı Güzellikler de Bizden Sonrakilere Kalsın!, *Anatolia*, Cilt: 4, Sayı: 4, ss. 16-17.
- KUNKEL, Lilly Marlene (2008), International Tourism Policy and the Role of Governments in Tourism in the Context of Sustainability, Grin Verlag, Germany.
- KUTLU, Önder (2006), Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi: Teorik Çerçeve ve Ülke Uygulamaları, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Yayın No: 3085, Ankara.
- LEASK, Anna (2008), “The Nature and Role of Visitor Attractions”, *Managing Visitor Attractions: New Directions*, 2nd Edition, Editors: Alan Fyall, Brian Garrod, Anna Leask, Stephen Wanhill, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- LENNON, J. John, Smith, Hugh, Cockerell, Nancy & Trew, Jill (2006), *Benchmarking National Tourism Organizations and Agencies: Understanding Best Practice*, Elsevier, the Netherlands.
- LEU, Walter (2001), National Tourist Offices, *in Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- LEW, Alan A. (2002), Attraction, *in Encyclopedia of Tourism*, Editor: Jafar Jafari, Taylor & Francis.
- MALHOTRA, Naresh K. (1999), *Marketing Research: An Applied Orientation*, Third Edition, Prentice Hall, aktaran Gegez, A. Ercan (2007), *Pazarlama Araştırmaları, Geliştirilmiş İkinci Baskı*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

- MANENTE, Mara (2008), Destination Management and Economic Background: Defining and Monitoring Local Tourist Destinations, International Conference of Tourism: Knowledge as Value Advantage of Tourist Destination, 29-31 October 2008, Malaga, Spain.
- MANSFELD, Yoel (2006), The Role of Security Information in Tourism Crisis Management: The Missing Link, in *Tourism, Security & Safety: From Theory to Practice*, Editors: Yoel Mansfeld, Abraham Pizam, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- MARSHALL, Catherine & Rossman, Gretchen B. (2011), Designing Qualitative Research, Fifth Edition, Sage Publications, America.
- MARTINO, Paolo Di & Petrillo, Clara S. (2006), An International Project to Develop Networking for Promoting a Specific Destination: Emigration as a Tool to Enhance Tourism in Cilento Area, in *Tourism Local Systems and Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- MASSIEU, Antonio (2006), Managing Economic Impacts, Tourism Satellite Accounts and Observations, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- MAYRING, Philipp (2011), *Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş: Nitel Düşünce İçin Bir Rehber*[Einführung in die Qualitative Sozialforschung], Çevirenler: Adnan Gümüş, M. Sezai Durgun, BigeSu Yayıncılık, Ankara.
- MEDLIK, Slavoj (1997), *Understanding Tourism*, BH Publications, Great Britain.
- MEDLIK, Slavoj (2003), *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. 3rd ed., BH Publications, Great Britain.
- MERRIAM, B, Sharan (1998), Qualitative Research and Case Study Applications in Education. San Francisco: Jossey-Bass; aktaran Karadağ, Engin (2009), Eğitim Bilimleri Alanında Yapılmış Doktora Tezlerinin Tematik Açından İncelemesi, Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 3, ss. 75-87.
- MIDDLETON, Victor T.C. & Clarke, Jackie (2001), Marketing in Travel and Tourism, Third Edition, Butterworth-Heinemann, Cornwall, Great Britain.

- MINGUZZI, Antonio (2006), Destination Competitiveness and the Role of Destination Management Organization (DMO): An Italian Experience, *in Tourism Local Systems and Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- MILLER, Graham & Twining-Ward, Louise (2006), Monitoring as an Approach to Sustainable Tourism, *in Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- MİL, Burak (2007), “Nitel Araştırma Tekniği Olarak Görüşme”, içinde Editörler: Atila Yüksel, Burak Mil ve Yasin Bilim, *Nitel Araştırma: Neden, Nasıl, Niçin?*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- MITCHELL, R.K., Agle, B.R. & Wood, A.J. (1997), Towards a Theory of Stakeholder Identification and Saliency: Defining the Principle of Who and What Really Counts, *Academy of Management Review*, Vol. 22, Iss. 4, pp. 853-886; aktaran Boksberger, Philipp, Anderegg, Roland & Schuckert, Markus (2011), Structural Change and Re-engineering in Tourism: A Chance for Destination Governance in Grisons, Switzerland?, *in Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues*, Editors: Eric Laws, Harold Richins, Jerome Agrusa and Noel Scott, Cabi Publishing, the UK.
- MORVILLO, Alfonso, Simeon, Maria Immacolata & Vellecco, Immacolata (2006), Information and Communication Technologies Supporting Destination Management: A Multimedia Application, *in Tourism Local Systems and Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- MUCUK, İsmet (2001), Pazarlama İlkeleri, 13.Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- MURPHY, Peter, E. & Price, Garry, G. (2004), Tourism and Sustainable Development, *in Global Tourism*, 3rd Edition, Editors: William F. Theobald, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.

- MÜLLER, Hansruedi (2001), Tourism and Hospitality into the 21st Century, *in Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- NZTPD (1976), 75 Years of Tourism, New Zealand Tourist & Publicity Department, Wellington; aktaran Pike, Steven (2004), Destination Marketing Organizations, Elsevier, the Netherlands.
- OECD (1967), Tourism Development and Economic Growth, Tecnicial Assistance Programme of the OECD, [edited by Margaret Wolfson], Estoril, Portugal, 8th-14th May, 1966. Aktaran Burkart, A. J. & Medlik, S. (1988), Tourism: Past, Present and Future, Second Edition, ELBS Heinemann Professional Publishing, London.
- OLALI, Hasan (1983), I. Ödül, içinde Dış Tanıtım ve Turizm, Editörs: Hasan Olalı, S. Selçuk Nazilli, E. Nilgün Kırıcıoğlu, Mehmet Sümer, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Yayın No:253, Ankara.
- OLALI, Hasan (1990), Turizm Politikası ve Planlaması, İşletme Fakültesi Yayın No: 228, Yön Ajans, İstanbul.
- OLALI, Hasan & Korzay, Meral (1993), Otel İşletmeciliği, 2. Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- OZANKAYA, Özer (1984), Temel Toplumbilim Terimleri Sözlüğü, 3. Baskı, Savaş Yayınları, Ankara.
- ÖKMEN, Mustafa & Canan, Kadri (2009), Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde Türk Kamu Yönetimi, Yönetim ve Ekonomi, Cilt: 16, Sayı: 1, ss. 139-171.
- ÖZDEMİR, Mehmet (1993), Cumhuriyetin 70. Yılında Türk Turizmi (1923-1993), *Anatolia*, Cilt: 4, Sayı: 3, ss. 8-11.
- ÖZDEMİR, Gökçe (2007), Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri İzmir için bir Destinasyon Model Önerisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- ÖZDEMİR, Gökçe (2008), Destinasyon Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara.

- ÖZDEMİR, Murat (2010), Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 1, ss. 323-343.
- ÖZER, M., Akif (2005), Yeni Kamu Yönetimi: Teoriden Uygulamaya, Platin Yayınları, Ankara.
- ÖZER, M., Akif (2006), "Yönetişim Üzerine Notlar", Sayıştay Dergisi, Sayı: 63, ss. 59-89.
- ÖZEY, Ramazan (2003), Dünya ve Ülkeler Coğrafyası, 5. Baskı, Aktif Yayınevi, İstanbul.
- ÖZTÜRK, Yüksel (2013), Destinasyon Tanımı ve Özellikleri, içinde Editör: Mehmet Yeşiltaş, *Destinasyon Yönetimi*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2761, Eskişehir.
- PAGE, Stephen J. (2009), *Tourism Management: Managing for Change*, 3rd Edition, Elsevier, Slovenia.
- PARLAK, Bekir & Sobacı, Zahid (2005), Kuram ve Uygulamada Kamu Yönetimi: Ulusal ve Global Perspektifler, Alfa Aktüel, İstanbul.
- PARLAK, Bekir (2011), Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi İçin Bir Analiz Çerçevesi, içinde Kamu Yönetiminde Yeni Vizyonlar, Editör: Bekir Parlak, 2. Baskı, Alfa Aktüel Yayınları, Bursa.
- PEARCE, Douglas, G. (1992), *Tourist Organizations*, Longman, Harlow, aktaran, PEARCE, G. Douglas (1997), *Tourist Organizations in Catalonia: Regional and Local Structures and Issues*, In: *Tourism Development: Environmental and Community Issues*, Editors: Chris Cooper, Stephen Wanhill, Wiley, England.
- PEARCE, Douglas, G. (1997), *Tourist Organizations in Catalonia: Regional and Local Structures and Issues*, In: *Tourism Development: Environmental and Community Issues*, Editors: Chris Cooper, Stephen Wanhill, Wiley, England.
- PEARCE, Douglas, G. (2011), *Tourism, Trams and Local Government Policy Making in Christchurch: A Longitudinal Perspective*, in *Stories of Practice: Tourism*

- Policy and Planning, Editors: Dianne Dredge, John Jenkins, Ashgate Publishing, Great Britain.
- PIKE, Steven (2002), Destination Image Analysis-A Review of 142 Papers from 1973 to 2000, *Tourism Management*, Volume: 23, Issue: 5, pp. 541-549.
- PIKE, Steven (2004), Destination Marketing Organizations, Elsevier, the Netherlands.
- PIKE, Steven (2008), A Cautionary Tale of a Resort Destination's Self-Inflicted Crisis, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Volume: 23, Issue: 2-4, pp. 73-82.
- PIZAM, Abraham & Mansfeld, Yoel (2006), Toward a Theory of Tourism Security, in *Tourism, Security & Safety: From Theory to Practice*, Editors: Yoel Mansfeld, Abraham Pizam, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- POLAT, Serkan & Demirkol , Şehnaz (2010), Turizmin Gelişimi ve Tanıtımda Yerel Yönetimlerin Rolü: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği, 9. Geleneksel Turizm Paneli 2010 Bildirileri, Editör: Burhanettin Zengin, Sakarya.
- POLAT, Serkan (2011), Destinasyon Yönetiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Önemi: İstanbul Örneği, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- POLAT, Serkan & Aktaş Polat, Semra (2012), Destinasyon Yönetim Örgütlerinin Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarına Yönelik Bir Değerlendirme, 1. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu: Bölgesel Destinasyon Yönetimi, Çağ Üniversitesi Yayınları No: 19, ss. 50-62.
- POLAT, Serkan & Aktaş Polat, Semra (2014), Yabancı Turistlerin Müşteki “Mağdur” Olarak Müdahil Oldukları Asayiş Suç Türlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, SOİD-Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Yıl: 11, Sayı: 1, ss. 38-57.
- POLAT, Serkan (2014), Avrupa Birliği Turizm Politikaları Üzerine Bir Değerlendirme, içinde Avrupa Birliği Tartışmaları ve Öneriler, Editörler: Aziz Tuncer, Hakan Demir, Sakarya Üniversitesi Basımevi, Yayın No: 104, Sakarya.
- POON, Auliana (2001), The Caribbean, in *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.

- PROCTOR, Tony (2003), Pazarlama Araştırmasının Temelleri, Çeviren: İclem Er, Essentials of Marketing Research, Financial Times-Prentice Hall, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul.
- PRZECLAWSKI, Krzysztof (1997), Deontology of Tourism, *In: Tourism Development: Environmental and Community Issues*, Editors: Chris Cooper, Stephen Wanhill, Wiley, England.
- PUNCH, Keith F. (2005), *Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*, Çeviren: Dursun Bayrak, H. Bader Arslan, Zeynep Akyüz, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- PUSTU, Yusuf (2005), “Yerel Yönetimler ve Demokrasi”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 57, ss. 121–134, Ankara.
- RAINA, A. Kamal (2005), *Ecology, Wildlife and Tourism Development: Principles, Practices and Strategies*, Sarup&Sons, New Delhi, India.
- Resmi Gazete (1972), Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, Kanun No. 1618, Kabul Tarihi: 14/9/1972, Sayı: 14320.
- Resmi Gazete (1982), Turizmi Teşvik Kanunu, Kanun No. 2634, Kabul Tarihi: 12/3/1982, Sayı: 17635.
- Resmi Gazete (1982), Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Kanun No. 2709, Kabul Tarihi: 7/11/1982, Sayı: 17863.
- Resmi Gazete (2003a), Turizmi Teşvik Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, Kanun No. 4957, Kabul Tarihi: 24/7/2003, Sayı: 25186.
- Resmi Gazete (2003b), Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilât ve Görevleri Hakkında Kanun, Kanun No. 4848, Kabul Tarihi: 29/3/2003, Sayı: 25093.
- Resmi Gazete (2004), Büyükşehir Belediyesi Kanunu, Kanun No. 5216, Kabul Tarihi: 10/7/2004, Sayı: 25531.
- Resmi Gazete (2005), Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, Sayı: 25852.
- Resmi Gazete (2012), Turist Rehberliği Meslek Kanunu, Kanun No. 6326, Kabul Tarihi: 7/6/2012, Sayı: 28331.

- RICHINS, Harold (2000), Influences on Local Government Tourism Decision-Making: a Study of Authoritative Opinion, *The Journal of Tourism Studies*, Volume: 11, Issue: 2, pp.2-14.
- RIZAOĞLU, Bahattin (2004), Turizm Pazarlaması, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 4. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- RUSSELL, Roslyn A (2006), Chaos Theory and Managerial Approaches, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- SARAN, Ulvi (2004), Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma: Kalite Odaklı Bir Yaklaşım, Atlas Yayınları, Ankara.
- SEEKINGS, John (2001), Transport: The Tail That Wags the Dog, in *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- SELVİ, Murat Selim ve Şahin, Sedat (2012), Yerel Yönetimler Perspektifinden Sürdürülebilir Turizm: Batı Karadeniz Bölgesi Örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 2, ss. 23-36.
- SEMERÇİÖZ, Fatih, Dönmez, Dilek & Dursun, Meral (2008), Relationships Between Destination Management Organizations and Destination Stakeholders: A Research in Regions of Marmara, Aegean and Mediterranean in Turkey, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1, ss. 87-101.
- SERRA, Francisco Manuel Dionísio (2006), Integrated Quality Management as Part of the Strategic Management of Tourism Destinations: A Systems Perspective, in *Tourism Local Systems and Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- SEVİM, Burhan, Seçilmiş, Cihan & Görkem, Onur (2013), Algılanan Destinasyon İmajının Tavsiye Davranışı Üzerine Etkisi: Safranbolu'da Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 20, ss. 115-129.
- SEYİDOĞLU, Halil (2009), *Bilimsel araştırma ve yazma el kitabı*. 10. Baskı, Güzem Can Yayınları, No: 24, İstanbul.

- SIMON, A., Herbert, Smithburg, W., Donald & Thompson, A., Victor (2010), *Public Administration*, Transaction Publishers, New Jersey, USA.
- SMERAL, Egon (1996), AIEST Congress Report 46, Vol 38, New Zealand, St Gall (see www.wifo.ac.at/Egon.Smeral/AIEST_NewZealand_1996.htm), aktaran Klancnik, Rok V (2006), Media and Communications, in *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- SÖKMEN, Alptekin (2006), *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- SÜMER, Mehmet (1983), III. Ödül, içinde *Dış Tanıtım ve Turizm*, Editörs: Hasan Olalı, S. Selçuk Nazilli, E. Nilgün Kırıcıoğlu, Mehmet Sümer, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Yayın No:253, Ankara.
- SVENSSON, Bo, Nordin, Sara & Flagestad, Arvid (2006), Destination Governance and Contemporary Development Models, in *Tourism Local Systems and Networking*, Editors: Luciana Lazzeretti, Clara S. Petrillo, Elsevier, Oxford, the UK.
- SWARBROOKE, John (2002), *The Development and Management of Visitor Attractions*. 2nd Edition, Butterworth-Heinemann Publications, Oxford, the UK.
- SWARBROOKE, John, Beard, Colin, Leckie, Suzanne & Pomfret, Gill (2003), *Adventure Tourism: The new frontier*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- TANRISEVDİ, Abdullah & Duran, Nuket (2011), Comparative Evaluation of the Official Destination Websites from the Perspective of Customers, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20-7, pp. 740-765.
- TDK (2009), *Türkçe Sözlük*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- TEK, Murat (2009), Kamu Yatırımlarında Turizmin Yeri, *Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de Marka Kentler Projesi: Eleştirel Bir Değerlendirme*, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt: 20, Sayı: 2, ss. 169-184.
- TEKELİ, Hasan (2001), *Turizm Pazarlaması ve Planlaması*, Detay Yayıncılık, Ankara.

- TEKELİ, İlhan (2003), “Yönetim Kavramı Yanısıra Yönetişim Kavramının Gelişmesinin Nedenleri Üzerine”, Türkiye’de Kamu Yönetimi, Editörler: Burhan Aykaç, Şenol Durgun, Hüseyin Yayman, Yargı Yayınevi, Ankara.
- TEKELİ, İlhan (2013), Türkiye’de Bölge Planlamanın Öyküsü ve Beşeri Coğrafyayla İlişkisi Üzerine, Beşeri Coğrafya Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 39-50.
- TELFER, David J & Hashimoto, Atsuko (2006), Resource Management: Social, Cultural, Physical Environment and the Optimization of Impacts, *in Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Editors: Dimitrios Buhalis, Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- TEPE, Berna & Ardıyok, Şahin (2004), Devlete Yeni Rol: Regülasyon, Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 37, Sayı: 1, ss. 105-130.
- TİMUR, Seldjan & Getz, Donald (2008), A Network Perspective on Managing Stakeholders for Sustainable Urban Tourism, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 20, No. 4, pp. 445-461.
- TODD, Graham (2001), World Travel and Tourism Today, *in Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- TOPRAK, Zerrin (1990), Kıyı Yerleşimlerinde Turizm Faaliyetleri ve Belediyelerin Karşılaştıkları Sorunlar: Çeşme Belediyesi Örneği, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 4, ss. 111-129.
- TOPRAK KARAMAN, Zerrin (1992), Yerel Yönetimler, Anadolu Matbaacılık, İzmir.
- TOPRAK, Zerrin (2008), Kent Yönetimi ve Politikası, 6. Baskı, Birleşik Matbaacılık, İzmir.
- TORTOP, Nuri (1988), Turizm ve Belediyeler, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 21, Sayı: 2, ss. 3-10.
- TORTOP, Nuri (1994), Mahalli İdareler, Yargı Yayınları, Ankara.
- TOSKAY, Tunca (1983), Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım, Der Yayınları, İstanbul.

- TUNÇ, Azize & Saç, Firuzan (1998), Genel Turizm: Gelişimi – Geleceği, Detay Yayıncılık, Ankara.
- TÜRKAY, Oğuz (2014), Destinasyon Yönetimi: Yönetimbilim Bakış Açısıyla İşlevler, Yaklaşımlar ve Araçlar, Detay Yayıncılık, Ankara.
- TÜRNÜKLÜ, Abbas (2000), “Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Sayı: 24, Güz, ss: 543-559.
- TÜRSAB (2004), Onlar Turizmi Nasıl Yönetiyor, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği AR-GE Departmanı.
- ULUSOY, Ahmet & Akdemir, Tekin (2006), Mahalli İdareler: Teori-Uygulama-Maliye, Seçkin, Ankara.
- UNWTO (2007), A Practical Guide to Tourism Destination Management, World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- UNWTO (2010a), Survey on Destination Governance: Evaluation Report, Destination Management Programme, United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO (2010b), Understanding Tourism: Basic Glossary and IRTS 2008, http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf
- UNWTO (2014a), 2013 International Tourism Results and Prospects for 2014, UNWTO World Tourism Barometer, Volume: 12, Issue: January 2014.
- UNWTO (2014b), Destination Management, <http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0>, Erişim Tarihi: 16.03.2014
- UNWTO (2014c), Tourism Highlights 2014 Edition, United Nations World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- USTA, Öcal (2002), Genel Turizm, Anadolu Matbaacılık, İzmir.
- ÜNAL, Tankut (1992), Yerel Yönetimler ve Turizm, *Anatolia*, Cilt: 3, Sayı: 1, ss. 5-7.
- ÜNAL, Mustafa Coşar (2013), Kamu Örgütleri Ne Kadar Stratejik Yönetilebilir? Strateji Kavramı, Stratejik Planlama/Yönetim, Kamu Sektöründe Uyum ve Çelişkiler, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 46, Sayı: 2, ss. 25-43.

- ÜSTÜNER, Yılmaz (2011), *Kamu Yönetimi ve Ağ Yaklaşımları*, içinde *Kamu Yönetiminde Yeni Vizyonlar*, Editör: Bekir Parlak, 2. Baskı, Alfa Aktüel Yayınları, Bursa.
- VANHOVE, Norbert (2005), *The Economics of Tourism Destinations*. London: Elsevier.
- WAN, Yim King Penny (2013), "A Comparison of the Governance of Tourism Planning in the two Special Administrative Regions (SARs) of China – Hong Kong and Macao", *Tourism Management* 36, pp. 164-177.
- WANHILL, Stephen (1997), Introduction – Tourism Development and Sustainability, *In: Tourism Development: Environmental and Community Issues*, Editors: Chris Cooper, Stephen Wanhill, Wiley, England.
- WANHILL, Stephen (2004), Role of Government Incentives, *in Global Tourism*, 3rd Edition, Editors: William F. Theobald, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- WILLMOTT, Michael & Graham, Sarah (2001), The World of Today and Tomorrow: The European Picture, *in Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Editors: A. Lockwood and S. Medlik, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, the UK.
- YAĞCI, Özcan (2007), *Turizm Ekonomisi*, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- YALÇINDAĞ, Selçuk (1994), Alternatif Turizmin Yönetimsel Boyutu, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 27, Sayı: 1, ss. 43-65.
- YARCAN, Şükrü & Peköz, Metehan (1998), *Seyahat İşletmeleri*, 2. Baskı, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 549, İstanbul.
- YAVUZ, Mehmet Cihan ve Karabağ, Solmaz Filiz (2009), Ulusal Turizm Tanıtımı ve Pazarlama Yönetimi Örgütlenmesi: Türkiye için Bir Model Önerisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 36, ss. 113-130.
- YILDIRIM, Ali & Şimşek, Hasan (2008), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 7. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

- YİĞİT, Ali (2000), Türkiye'de Daha Kullanışlı Coğrafi Bölgeler Oluşturma Gerekçeleri ve Öneriler, 9. Ulusal Bölge Bilimi/Bölge Planlama Kongresi, Bölge Bilimi Türk Milli Komitesi, ss. 514-528, Trabzon.
- YİĞİT, Ali (2006), Geçmişten Günümüze Türkiye'yi Bölgelere Ayırma Çalışmaları ve Yapılması Gerekenler, IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu, ss. 33-44, Ankara.
- YOON, Yooshik (2002), Development of a Structural Model for Tourism Destination Competitiveness from Stakeholders' Perspectives, the Faculty of Virginia Polytechnic Institute and State University, Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- Yükseköğretim Kurulu (2014), Tez Merkezi, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> (10.08.2014).
- YÜKSEL, Fisun & Yüksel, Atila (2000), Tourism Plan Formulation and Implementation: the Role of Inter-Organisational Relations, *In: First International Joint Symposium on Business Administration, Challenges for Business Administration in the New Millennium*, pp. 799-807.
- YÜKSEL, Fatih (2004), Kamu Yönetiminde Yeni Eğilimler Perspektifinde Türk Kamu Yönetiminde Reform İhtiyacı ve Kamu Yönetimi Reformu Yasa Tasarısı, Kamu Yönetimi, Editörler: Abdullah Yılmaz, Mustafa Ökmen, Gazi Kitabevi, Ankara,
- YÜKSEL, Fisun, Bramwell, Bill & Yüksel, Atila (2005), Centralized and Decentralized Tourism Governance in Turkey, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 4, pp. 859-886.
- YÜKSEL, Atila, Yüksel, Fisun & Çulha, Osman (2012), Ministers' Statements: a Policy Implementation Instrument for Sustainable Tourism?, *Journal of Sustainable Tourism*, Volume: 20, Issue:4, pp. 513-532, DOI: 10.1080/09669582.2011.617823
- YÜKSELEN, Cemal (2009), Pazarlama Araştırmaları, Yenilenmiş 4. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- ZENGİN, Burhanettin (2009), Seyahat İşletmeleri, içinde Turizm İşletmeleri, Editörler: Şehnaz Demirkol, Burhanettin Zengin, 2. Baskı, Değişim Yayınları, İstanbul.

EKLER

EK1. GÖRÜŞME FORMU

GİRİŞ

Günaydın/İyi günler/İyi akşamlar _____ Bey/Hanım,

Öncelikle, görüşme talebimi kabul edip değerli vaktinizi ayırdığınız için teşekkür ederim. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda devam eden “**Turizm Destinasyonu Yöneti(şi)minde Kamu Yönetiminin Rolünün Tespiti Üzerine Bir Araştırma**” başlıklı doktora tez çalışması kapsamında veri toplama amacıyla size birkaç soru yöneltmek istiyorum. Görüşme süresince elde edilecek veriler sadece akademik amaçlı kullanılacak olup kurumsal ve kişisel bilgileriniz akademik etik çerçevesine uygun olarak gizli tutulacaktır. Bu nedenle soruları, düşüncelerinizi yansıtacak bir şekilde içtenlikle yanıtlamanız araştırma kapsamında güvenilir ve geçerli sonuçlara ulaşılması açısından önem arz etmektedir. Verilerin eksiksiz bir şekilde kayıt altına alınarak veri kaybının önlenmesi ve konuya daha iyi odaklanılabilmesi bakımından izin vermeniz durumunda görüşme süresince ses kayıt cihazı kullanılacaktır. Görüşme yaklaşık olarak 60-90 dakika sürecektir. Hazır olduğunuzda görüşmeye başlayabiliriz.

GÖRÜŞME SORULARI

Soru 1: Turizm destinasyonu sizin için ne anlama gelmektedir?

Soru 2: Size göre bir turizm destinasyonunun paydaşları kimlerdir?

Soru 3: Turizm destinasyonu yönetimi sizin için ne anlama gelmektedir?

Soru 4: Size göre bir turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilebilecek roller nelerdir?

Soru 5: Kamu yönetiminin turizm destinasyonu yönetiminde rol alıp almaması konusundaki düşünceleriniz nelerdir?

Soru 6: Size göre turizm destinasyonu yönetiminde, Kültür ve Turizm Bakanlığı rol üstlenmeli midir? Evet ise, hangi rolleri üstlenmelidir? Hayır ise, nedenini açıklayabilir misiniz?

Soru 7: Size göre turizm destinasyonu yönetiminde, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü rol üstlenmeli midir? Evet ise, hangi rolleri üstlenmelidir? Hayır ise, nedenini açıklayabilir misiniz?

Soru 8: Size göre turizm destinasyonu yönetiminde, büyükşehir belediyeleri rol üstlenmeli midir? Evet ise hangi rolleri üstlenmelidir? Hayır ise nedenini açıklayabilir misiniz?

Soru 9: Size göre turizm destinasyonu yönetiminde, Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşları (TÜRSAB ve TUREB) rol üstlenmeli midir? Evet ise, hangi rolleri üstlenmelidir? Hayır ise, nedenini açıklayabilir misiniz?

Soru 10: Size göre bir turizm destinasyonunun sahip olduğu kaynakların etkin ve verimli bir şekilde yönetilebilmesi için turizm destinasyonu yönetimi, turizm destinasyonu idaresi ve turizm destinasyonu yönetişimi yaklaşımlarından hangi(leri)si benimsenmelidir? Nedenini açıklayabilir misiniz?

Soru 11: Türkiye'nin bir turizm destinasyonu olarak yönetimi hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Soru 12:

Katılımcı Katkısı:

GÖRÜŞME SONU

SayınBey/Hanım,

Görüşme kapsamında sormam gereken soruları tamamlamış bulunmaktayım. Bu konuda eklemek istediğiniz başka görüş, öneri, düşünce, olumlu ve/veya olumsuz eleştirileriniz varsa memnuniyetle dinlemeye hazırım (Varsa, Katılımcı Katkısı kısmına belirtilecek). Daha sonra başka bir şey eklemek isterseniz 05354353679 numaralı telefonda veya serkanp@sakarya.edu.tr e-posta adresinden katılarınızı iletebilirsiniz. Soruları içtenlikle yanıtladığınız ve değerli katılarınızla vermiş olduğunuz destekten dolayı çok teşekkür ederim.

Katılımcı ve Görüşmeye İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Katılımcı Unvanı					
Katılımcı Cinsiyeti	Erkek ()	Kadın ()			
Katılımcı Yaşı	≤ 30 ()	31-40 ()	41-50 ()	51-60 ()	61≤ ()
Katılımcı Uzmanlık Alanı (1,2,3,...)	Turizm		Kamu Yönetimi		
	Planlama		Yerel Yönetimler		
	Pazarlama		Kentleşme		
	Yönetim–Organizasyon		Politika		
	Stratejik Yönetim		Yönetişim		
	Ekonomi		Merkezi Yönetim		
	Çevre		Güvenlik & Sağlık		
Diger	Hukuk		Mimarlık		
Üniversite					
Görüşme Tarihi	___/___/2014				
Görüşme Saati (Başlangıç/Bitiş)	/				
Görüşme Yeri					

NOT: Araştırma sonuçları ile ilgili bilgilendirilmek istiyorsanız e-posta adresinizi alabilirim. **E-posta:** _____@_____

EK2. GÖRÜŞME ÖRNEĞİ

Tablo 15
Görüşme ve Katılımcıya İlişkin Özet Bilgiler

Katılımcı No	K4
Katılımcı Unvanı	Profesör
Katılımcı Yaşı	61 ve üstü
Katılımcı Uzmanlık Alan(lar)ı	Turizm, Ekonomi, İşletme
Görüşme Tarihi	24/04/2014
Görüşme Saati	13:00-15:00
Görüşme Süresi	120 dakika
Görüşme Yeri	Katılımcının Evi

Araştırmacı Soru 1: Turizm Destinasyonu sizin için ne anlama gelmektedir?

Katılımcı: *Turizm destinasyonu, temelde gidilen yer, turistin gittiği yer, destinasyonu bir yer olarak düşünürsek, mesela uçağın da bir destinasyonu var, bu şehir olabilir veya ülke içinde bir şehir olabilir. Fakat uluslararası pazarı dikkate alırsak ve ülkenin yurt dışında da tanıtımını dikkate alırsak eğer, ki bu Türkiye için daha önemli, genel olarak, şunu söyleyebiliriz. Destinasyon, turistin ulaşabileceği, coğrafi bir birimdir. Yani fiziki olarak var olan bir birimdir ve ulaşılabilir bir birim olması gerekir. Yani ulaşılamayan yer destinasyon değildir, potansiyel destinasyondur. Dolayısıyla bir ülke, ülke içindeki bir bölge örneğin Akdeniz Bölgesi, Akdeniz Bölgesi içinde bir şehir örneğin Antalya, Antalya yöresi içinde bir bölge Kemer örneğin. Bunlar hepsi bir destinasyondur. Dolayısıyla sadece ülke değil o ülke içinde yer alan ve turistlerin gidip turistik ürün tüketebilecekleri her bir nokta kendi içinde bir destinasyondur veya farklı olarak bakarsak diyelim ki bir kültür turunda, İstanbul'dan başlayıp diyelim ki Trakya Bergama İzmir Konya ondan sonra Pamukkale Konya Kapadokya Ankara İstanbul gelsin. Tüm bu tur, şimdi bu turun her biri bir destinasyondur. Tur içinde bir destinasyondur. Dolayısıyla onlar da yine coğrafi bir birimdir.*

Araştırmacı Sondaj Soru 1.1: Size göre turizm destinasyonları sınıflandırılabilir mi?

Evet ise, örnek vererek açıklayabilir misiniz?

Katılımcı: *Tabi tabi, yani sınıflandırma şöyle; ülke destinasyonu, bölge destinasyonu, şehir destinasyonu, yöre değil şehir destinasyonu, bunlar kültür turizmi için geçerli aslında. Ama mesela kitle turizmi için aynı şey geçerli değil. Ülke destinasyonu, bölge destinasyonu Akdeniz, şehir destinasyonu Antalya, yöre destinasyonu Kemer, ondan sonraki zaten tüketilebilir bir üründür. Yani Kemerdeki bir otel destinasyon değildir. Kemerdeki otel destinasyonun bir ürünüdür. Dolayısıyla, aslında tek bir tanım üzerinde durmamak gerekir. Destinasyonu da turizmin türüne göre, farklılaştırmak gerekir. Örneğin, diyelim ki İpek Yolu projesi var Türkiye için. İpek Yolu projesinde yer alan her bir bölge, içindeki yöre, yöredeki han vs. şehir, o yol üzerinde her biri bir destinasyondur sonuçta. Dolayısıyla tek bir yer olarak düşünmemek gerekir. Birbiriyle bağlantılı olan ve birbirini tamamlayan kültür turlarında özellikle dini turlarda bunlar bir destinasyondur veya çoklu destinasyon demek lazım. Yani "Single destination" bir destinasyon, tek bir destinasyon Antalya-Kemer örneği gibi yani Türkiye-Antalya-Kemer gibi ve bir de çoklu destinasyon Türkiye-İstanbul-Çanakkale işte biraz önce söylediğim gibi. Bunun her ikisi de Türkiye için kullanılabilir nitelikte tanımlardır. Yani*

destinasyon, turistin vardığı ve ürünü tükettiği yer, coğrafi birimdir daha doğrusu, coğrafi birim.

Araştırmacı Sondaj Soru 1.2: Turizm destinasyonları, turizme katılım amacına göre sınıflandırılabilir mi?

Katılımcı: *Tabi tabi, onun için onu yaptım. Yani mesela İstanbul “leisure city” destinasyon, aynı zamanda kültür destinasyonudur. Yani, birden fazla özellik de destinasyonda bulunabilir veya Antalya Bölgesi veya işte Kemer Bölgesi veya Marmaris Muğla Akdeniz’de bunlar da diyelim ki “leisure destination” tekli, tek destinasyon yani. Yalnız burada önemli olan nokta destinasyonun tanımında, genel kabul görmüş bir şeydir, anlayıştır. Destinasyon satılmaz. Ülkeyi satamazsın yani, şehri de satamazsın, satılmaz. Coğrafi bir birimi satamazsın. Coğrafi birim içinde olan, destinasyonda olan ürünleri satarsın.*

Araştırmacı Sondaj Soru 1.3: Turizm destinasyonu yerine Türkçe hangi kavramı kullanabiliriz?

Katılımcı: *Çekim merkezi, yerine göre turist çekim bölgesi, turist çekim yöresi, turizm kenti, turizm bölgesi bunları kullanabilirsin alternatif olarak.*

Araştırmacı Soru 2: Size göre bir turizm destinasyonunun paydaşları kimlerdir?

Katılımcı: *... destinasyon genelde sen çalışmanın büyük bir kısmında herhalde öncelikle ülke, ülke içinde de bölgeler olarak alacaksın. Şimdi paydaşları belirleyebilmek için destinasyonun özelliklerini belirlemek lazım. Bir kere coğrafi bir birimdir. İkincisi, ulaşılabilir olması gerekir. Satılmaz, fakat satılabilir ürünün olduğu yerdir. Tutundurma ve tanıtma çalışmaları yapılabilir. Aynı zamanda, tanıtım çalışmaları yapılabilir bu birbirinden farklı. Şimdi böyle bakınca, paydaşları da hemen belirleme imkânı var. Bunların paydaşları, destinasyonu geliştirmekle ilgili olarak, destinasyonun belirli gelişmişlik düzeyinde olmasını düşünürsek; bir kere altyapı yatırımlarının yapılması gerekir, kentsel düzeydeyse kentsel altyapı, bölgesel düzeydeyse kıyasal altyapı gibi örneğin mesela Kemer Bölgesi buna iyi bir örnektir. Güney Antalya Turizm Projesi, dolayısıyla birincisi orada paydaşlar altyapı yatırımlarını yapan kamu sektörü, kamu sektörü devreye girince bir planlama olması gerekir tabii. Planlamayı, Türkiye gibi bir ülkede, genelde devlet yapıyor. Demek ki devlet kurumları için içinde, hükümet kurumları için içinde. ... bir yatırım düzeyi var, yatırımdan önce planlama düzeyi var. Ondan sonra... tanıtım düzeyi var, daha yatırım yapılırken tanıtılması gerekir. Bunun da ülke düzeyinde bölge düzeyinde ancak devlet yapar, yatırımcı yapmaz yani özel yatırımcı yapmaz. Ondan sonra destinasyonda ürünün tüketilmesi var, ürünlere bakarsak bu ürünler bir kere konaklama, seyahat hizmetleri, leisure hizmetleri, alışveriş hizmetleri, ondan sonra yeme içme hizmetleri, dinlenme hizmetleri, gezme görme hizmetleri kültür turlarında. Şimdi bunlara bakınca da paydaşlar ortaya çıkar. Bu paydaşlar, illaki planlamada yer alan kişiler anlamında değil veya yatırımda yer alan kişiler anlamında değil, ürünün üretilmesi ve tüketilmesi sırasında yer alan paydaşlar. Bunlar illaki ... planlamaya katkıda bulunmayabilirler, yatırıma da altyapı yatırımları ve benzerine de katkıda bulunmayabilirler. Ama şöyle bakabiliriz, üstyapı yatırımlarını yapan herkes paydaştır. Bu üstyapı yatırımlarını kimler yapar? Havayolları yapar, seyahat acentaları yapar, konaklama işletmecileri yapar diğer turizm destek hizmetlerini verenler yapar. Bunların her biri paydaştır. Dolayısıyla konaklamacılar, ulaşımıcılar, lokanta ve benzeri yeme-içme hizmetini verenler, dinlenme hizmetini verenler, bunların her biri paydaştır.*

Turizm endüstrisinin her bir bölümü paydaştır aslında. Fakat kamu düzeyinde dikkate alırsak, örneğin bir yörede veya bölgede bir destinasyon geliştirilecekse belirli bir destinasyon geliştirilecekse örneğin İstanbul kentinde, o zaman belediye bir paydaştır veya ne bileyim ben Antalya'da belediye bir paydaştır, Kemer Belediyesi bir paydaştır, bir köy ise muhtarlık bile paydaş olabilir, Diğer paydaşlar da ticari olarak bu hizmetleri sunanlar değil de onların üye olduğu organizasyonlardır. Birlikler, dernekler, odalar mesela ... BETUYAB ... Belek'te var. Belli başlı paydaşlar bunlar. Tabi Bakanlık bir paydaş, planlama düzeyinde biz kamu sektörü bağlantılı bir planlama yaptığımız için Devlet Planlama Teşkilatı bir paydaştır. Kalkınma Bakanlığı bir paydaş. Yani altyapı yatırımlarını yapan ve bunlardan sorumlu olan tüm kuruluşlar, genellikle kamu, üstyapı yatırımlarını yapan tüm özel kuruluşlar paydaştır. Ayrıca sosyal altyapıyı oluşturanlar da paydaştır. Yani, ... sağlık hizmeti vereceksin, elektrik, su getirmekle olmuyor, güzel bir çevre düzeni yapacaksın, kent planlaması yapacaksın, ondan sonra turistin huzurunu sağlayacaksın. Bu sosyal hizmetleri sunanlar da paydaştır. diğer bir nokta, destinasyonla ilgili, ne anlama geliyor, o da şunda önemli, imaj konusu önemli, destinasyon satılmaz ama destinasyonla ilgili farkındalık yaratılır. Bu farkındalığı yaratan kamu sektörüdür. Awareness yani. Bu farkındalık yaratıldıktan sonra imajı oluşturan ise ürünü satandır ve imajı kendi çıkarları doğrultusunda, iktisadi çıkarları doğrultusunda oluşturan turizm endüstrisinin kolları onlar da paydaştır. Bu paydaşlar arasında tabii, Türkiye'de yer almamakla birlikte fakat Türkiye için çok önemli olan ve turizmle ilgili gelişmeleri de sağlayan finans kuruluşları. Dünya Bankası, Dünya Bankası'nın international finance corporationı, Dünya Bankası vasıtasıyla Türkiye'ye kredi açan Japon bankaları, İsviçre bankaları, Alman bankaları, Türkiye'de Türkiye Kalkınma Bankası, daha önce Turizm Bakanlığı, TURBAN bankası. Bunların hepsi geçmişte paydaştı. Halen de bence paydaş çünkü bunlar zaten kredi veriyorlar. Önemli olan bir nokta da destinasyon ne anlama geliyor? Dedim ki bir tanesi potansiyel olabilir diğeri potansiyel değil gerçek destinasyondur. O destinasyonun ... kaynaklarının olması gerekir. Bu yatırımların yapılması ve turistin çekilebilmesi için öncelikle kaynağın olması gerekir. Bunlar kültürel kaynaklar, sosyal kaynaklar ve doğal kaynaklardır. Fakat kaynakların tek başına var olması yeterli değildir. Bunların bir şekilde planlı bir biçimde turistik ürüne dönüştürülmesi gerekir. Turizme açılması ancak turistik ürüne dönüştürülmesiyle yapılabilir.

Araştırmacı Sondaj Soru 2.1: Turist ve yerel toplumun bir paydaş olarak kabul edilip edilmemesi konusundaki düşünceleriniz nelerdir?

Katılımcı: *Girmesi lazım ama dikkate alınmadığı için o konuda bir şey söylemeyeceğim. Hangi kentte, bölgede, belediyede, yerde, yörede, kasabada turizm geliyorsa yerel halk o bölgeden zaten çıkarılıyor. Yani yerel halk turizme alışkın, çok alışkın olmuyor ve elinde kaynaklar da yok. Genellikle dışarıdan yönetilen bir şekilde bölgelerde, kasabalarda, kentlerde, küçük kentlerde turizm geliyiyor. Bunun bilgisine sahip olanlar, büyük kentlerde yaşayanlar. Yatırım olanaklarına sahip olanlar da büyük kentlerde bulunan şirketler, dolayısıyla yerel halk bu işin içerisinde değil. Yani Antalyalı mesela, Antalya'da turist görmüyor, Kemer'de de Kemerli görmüyor. Biz İstanbul'da görüyoruz turisti, tamam ama bizim turist için yaptığımız bir şey yok. Kimse bize fikrimizi falan sormuyor daha doğrusu, İstanbul kentinin veya büyükşehirlerin gelişme planları belediyelere bırakılmış olsa dahi genelde bunların kararları Başbakanlık düzeyinde Ankara'dan verildiği için halk da bu konuda dikkate alınmıyor. Öyle olsaydı zaten İstanbul da bu kadar büyük kocaman oteller veya kıyılarda da halka kıyıları kapatıp kıyı otelleri olmazdı. Halk önemli bir paydaş olmalı ama değil. Dikkate alınmıyor hiç.*

Araştırmacı Soru 2.2: Sivil Toplum Kuruluşları ve çevrenin bir paydaş olarak kabul edilip edilmemesi konusundaki düşünceleriniz nelerdir?

Katılımcı: *Şimdi, Sivil Toplum Kuruluşlarından, vallahi Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları, Rol alan, rol alan kurumlar kuruluşlar, stakeholder paydaş tabii ki. Şimdi bu turizm destinasyonunun paydaşları kimlerdir? Bir kere özel sektör kuruluşları paydaştır. ancak etkileri var mı o ayrı bir konu. Paydaşlardır. Şimdi bir kere kamuyu söyledik. Her türlü kamu kurumu yani bakanlık, devlet planlama teşkilatı, bakanlığın yerel yönetimleri değil bence, il kültür müdürlükleri değil ondan sonra, belediyeler özellikle, belediyeler içinde özellikle şimdi aklıma gelmiyor ne derler ona. Belediye içinde yatırım yapan belediyelerin yatırım yaptığım kurum vardır.... İl Özel İdareleri paydaştır. Yani görünürde, TUROB ondan sonra TÜRSAB veya yerel bölgesel kaç tane şey varsa konaklama, fakat yatırımcılar bizde önemli. TYD [Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği] mesela önemli bir paydaş, çıkar korumak açısından Bankalar Birliği, önemli bir paydaş tabi onlar mesela İstanbul'un tanıtımında baya bir rol oynuyorlar, imaj konusunda. Bir de yani paydaş, çünkü kredi alıyor kredi veriyor kredi garantörü. Ondan sonra, yurt dışındaki tur operatörleri önemli bir paydaş. Çünkü gelişmenin belirli bir döneminde, o destinasyonun pazarlanıp pazarlanmayacağı konusunda önemli rolleri var. O yüzden paydaş. Özellikle, kitle turizminde. Eğitim kurumları pek bir paydaş değil. Çünkü eğitim kurumları illaki turizmle ilgili bölgede yer almayabilir. Yani Trabzon'da da bilmem Gümüşhane'de de eğitim kurumu var ama paydaş yani planlamayı etkileyecek şekilde paydaş değil. Hani velev ki o kuruma hani turizmle ilgili kamu yönetimi soru sorsun görüş alsın, böyle bir durum değilse eğitimciler paydaş değil bence. İhtiyaç duyulduğunda consulting danışmanlık görevi verebilirler.*

Araştırmacı Soru 3: Turizm destinasyonu yönetimi sizin için ne anlama gelmektedir?

Katılımcı: *Biraz önce destinasyonu farklı fiziki birimlere ayırmıştık. Bunlar, ülke, bölge, kent, yöre şeklindeydi. Dolayısıyla böyle bir yaklaşımla destinasyon yönetimini tanımlarsak ki bu o destinasyonun geliştirilmesiyle ilgilidir. Destinasyonun yani ülkenin, bölgenin, kentin, turistin ürün tükebileceği coğrafi birimin geliştirilmesi, yapılandırılması, yatırım yapılabilir hale getirilmesi, altyapısının iyileştirilmesi, ulaşım olanaklarının geliştirilmesi ve destinasyonun ürün tüketilebilir hale getirilmesi destinasyon yönetimidir. Burada ticari bir amaç söz konusu değildir. Ancak ticari bir amaç söz konusu olduğunda bu destinasyonda yer alan işletmelerin örneğin denetimi, işletmelere izin verilmesi, yatırım izni verilmesi, işletme izni verilmesi seyahat acentaları dâhil bunlar da yine destinasyon yönetiminin bir parçasıdır. Genelde destinasyon yönetimi kamusal işlev olduğu için üst düzeyde planlama ve altyapı yatırımı gerektirir. Finans sağlanmasını ve bölgesel düzeyde kentsel düzeyde turiste uygun atmosferin yaratılması yine destinasyon yönetiminin tanımı içerisindedir. Destinasyon geliştirildikten sonra da bu işlev devam eder. Çünkü ürünün yani turistik ürünün de belirli bir hayatı olduğunu düşünürsen o bölgede, kentte, turistik bölgede kapasitenin kontrol edilmesi, turist akımlarının kontrol edilmesi, yatırımların niteliğinin kontrol edilmesi, kapasitenin çok fazla olmamasına dikkat edilmesi bunlar da yine kamu nitelikli destinasyon yönetiminin bir parçasıdır. Bu çerçevede ulaşımın geliştirilmesi ve denetlenmesi belirli turistik bölgelerde ulaşımın sağlanması, denetlenmesi ve iyileştirilmesi, ülkenin herhangi bir yerindeki destinasyonda bir kent veya bölgede yer alan konaklama işletmelerinin, seyahat işletmelerinin, tur operatörlerinin o bölgeye uçan havayollarının ve diğer servis sağlayıcılarının kamu ile olan ilişkilerinin düzenlenmesi de destinasyon yönetimi çerçevesinde yer alır. Destinasyon yönetiminin bir parçasıdır. Yani sen charterlara izin vermiyorsan destinasyon gelişmez gibi. Low cost airline, sen izin vermiyorsan destinasyon gelişmez o anlamda.*

Araştırmacı Soru 3.1: Size göre destinasyon pazarlaması ile turizm destinasyonu yönetimi aynı anlama mı gelmektedir? Evet ise, nedenini açıklayabilir misiniz? Hayır ise, ikisi arasındaki farklar nelerdir?

Katılımcı: *Pazarlama, destinasyon yönetimi değildir. Destination management organization seyahat acentaları, ben de derslerde bunu anlatıyorum kullanıldığı için ama yanlış. Yani mesela kongre ve incentive düzenleyenler özellikle kendilerini destination management organization diye tanımlıyorlar. ... çeşitli turizm sözlükleri vardı, ben de baktım vaktinde, gerçekten öyle geçiyor, ama o değil. Destination management organization coğrafi birimin yönetilmesi anlamına gelir, burada seyahat acentasının işi değildir yani.*

Araştırmacı Soru 4: Size göre bir turizm destinasyonu yönetiminde üstlenilebilecek roller nelerdir?

Katılımcı: *Bunu da ikiye ayırmak lazım Serkan. Eğer destinasyonu birden fazla yer olarak dikkate alırsak ki turizm türüne göre böyledir. Ben birazcık daha açayım bu konuyu. Mesela bir urban turizmi var, değil mi? kentsel turizm veya şehir turizmi city turizmi var. Eğer kentsel turizm söz konusu ise kentsel turizm çerçevesinde, 1980li yıllarda Türkiye, özel bir dönem hariç, özellikle turist için yapılması gereken yani bir kent için yapılan her türlü iyi yatırım aynı zamanda ülkeye gelebilecek olan yabancı turistler veya o büyük kente gelecek olan, İstanbul gibi, yerli turistler için yapılmış yatırımdır. Dolayısıyla kentsel gelişim olarak bakarsan kültür turizmine, şehir turizmi nedir? Turistin o kentte yerel halk ile birlikte kendi varlığı olan olanakları tüketmesidir. Bu sadece müze değildir. Ulaşım, konaklamadır, yeme içmedir, eğlencedir, dinlencedir vs. dolayısıyla, bu çerçevede bakıldığında kentsel turizm söz konusu olduğunda, herhangi bir yerel yönetimin o kenti kentliler için iyi tüketilebilir hale getirmesi doğrudan doğruya turizm için yapılmış yatırımdır. Ancak dışarıdan müdahale olduğu için ve Türkiye'de büyükşehirlerde de turizmin özellikle İstanbul'da gelişmesi ve Antalya kenti içeride ve İzmir de ve birkaç başka kentte de gelişmesini sağlamak için turizmi teşvik yasası içerisinde devlete özel bir görev verdiler. Kentlerde bölgesel turizm alanları yarattılar. Belediyeler bunu kullanamadı, yani belediyelerin bu konuda yetkileri ellerinden alındı. Yani yoksa bugün ... holdingin yaptığı ... veya ... sarayının bahçesinde ... var, bunlar olmazdı. Dolayısıyla, destinasyon yönetimindeki paydaşlara baktığımızda, paydaşlar arasında biz belediyeyi var olarak sayıyoruz ama kentsel turizm söz konusu olduğunda belediyelerin bu yetkileri maalesef merkezi yönetim tarafından kullanılıyor. Bugün İstanbul kenti de maalesef ... tarafından yönetiliyor, Ankara yönetiyor. Burada, rol belediyenin olmuş olmasına rağmen destinasyonun geliştirilmesi konusunda böyle bir şey söz konusu yok. Yani belediyelerin şöyle bir rolü var, belediye işletme belgesi olan konaklama birimlerine işletme belgesi vermek. O da bazen çakışıyor. Hem bakanlık hem belediye belgesi olanlar oluyor. Belediye belgesi olanlar kayıtlı olmuyor. Ama bölgesel düzeyde, kıyasal turizmin, kitle turizmi olarak geliştirilmesi için dikkate alınması gereken kurum, doğrudan doğruya Devlet Planlama Teşkilatı'dır, kamudur yani. Devlet Planlama Teşkilatı'ndan sonra da bölgesel düzeyde planları yapan, yaptıran ve onaylayan ve o planların yapıldığı bölgelerde altyapı yatırımları yapıldıktan sonra üstyapı yatırımlarına izin veren DPT onayıyla izin veren Kültür ve Turizm Bakanlığı'dır, bakanlıktır yani. Tabi altyapıyı yapan da devlettir.*

Araştırmacı Soru 5: Kamu yönetiminin turizm destinasyonu yönetiminde rol alıp almaması konusundaki düşünceleriniz nelerdir?

Katılımcı: *Şimdi bu konudaki görüşüm alıp almasın diye bir şey söylenemez. Çünkü turizm, kapitalist bir ekonominin bir ürünüdür ve turizm, kapitalist bir ekonominin ürünü olduğu için öncelikle batıda gelişir ve batıda kendiliğinden kendi iç dinamiğiyle gelişir. Nadiren, mesela*

Fransa'da Languedoc-Roussillon veya işte İtalya'nın güneyinde vesaire, yapılan bölgesel planlama çalışmaları dışında, özel olarak turizmin gelişmesi için batılı ülkeler yatırım yapmazlar. Diyeceksin ki Las Vegas bilmem ne falan doğrudan doğruya kapitalist ekonomiyle ilgili, Disney Land var vesaire, Amerika'da veya Avrupa'da dolayısıyla batıda, kamu yönetiminin bir etkisi yoktur. Kamu yönetiminin şöyle bir etkisi vardır. Şehirlerin convention, konferans merkezi olarak geliştirilmesi açısından yine dikkat edersen şehir turizmini ayrı tuttuk, hani convention bürolar vardır, İstanbul Convention and Visitor Bureau gibi onlar kamu niteliklidir. Batıda kamu yönetiminin zaten turizmle ilgili bir kamu yönetimi birimi yok. London Convention Bureau vardır, işte British Tourist Authority vardır, Amerika'da hiçbir şey yoktur. Orada seyahat acentaları, tur operatörleri, otelciler birlikleri vesaire, vardır. Kamu, kamu yani zaten Amerika'da nasıl olsun, en kapitalist ülke. Şimdi, batı ekonomilerinin bir ürünü olduğu için turizm, batıda kamusal bir yönetime tabi değildir. Ancak az gelişmiş ülkelerde veya üst az gelişmiş ülkelerde, eski İspanya, Portekiz, Yunanistan gibi ülkelerde veya İtalya'nın az gelişmiş bölgelerinde turizmin geliştirilmesi ancak kamunun doğrudan müdahalesiyle gerçekleşir. Aslında bunun başka bir yönü daha vardır, senin sorularınla doğrudan bağlantılı değil ama bu ülkelerde, bu tür ülkelerde, Türkiye dâhil olmak üzere Kıbrıs, Türkiye, Yunanistan eski Yugoslavya şimdi yeni Yugoslavya, Portekiz, İspanya ve benzeri ülkelerde, turizmin geliştirilmesi dışsaldır. Yani dışarıdan yapılan müdahalelerle turizm geliştirilir. Bu müdahaleleri de kim yapar? Dünya Turizm Örgütü yapar, world bank grubu yapar, world bank grubunun dâhil olduğu bankalar, finans kuruluşları yapar bu finans kuruluşlarının dâhil olduğu uluslararası çok uluslu tur operatörleri yapar, havayolları yapar ve tatil köyleri yapar. Şimdi bunu dikkate aldığında, kamunun destinasyon yönetimindeki rolü, ancak o destinasyonda politikayı belirleyenler hangi tür turizme hizmet edeceklerse ona göre politika belirleniyor. Yani eğer Türkiye, kültür turizmine yatırım yapacak olsaydı kamunun bu konuda önemli bir rolü var diyebilirdik ki geçmişte vardı. Ama Türkiye, kitle turizmi yönünde aldığı için kararını, kamunun rolü Türkiye'de altyapı yatırımını yapmak üstyapı yatırımlarını özel şirketlere bırakmak şeklinde oldu. Hâlbuki, kültür turizminin geliştirildiği dönemde, turizm bankası kanalıyla geliştirilmiş TURBAN gibi Turizm Bankası, TURBAN otelleri gibi, TURBAN tur operatörleri gibi, TURBAN marinaları gibi, TURBAN duty free gibi Türk Hava Yolları'yla birlikte çalışan kamusal nitelikli doğrudan doğruya destinasyona yönelik hem destinasyonu geliştiren, planlayan, düzenleyen, üstyapı yatırımlarını da yapan, altyapı yatırımlarından sonra bir kamusal rol vardı. Ama bugün, o rol yok. Bugün o rol, 1980 yılından itibaren liberal ekonomiye geçmiş olmak ve 1982 yılında da Turizmi Teşvik Yasası'nın çıkmış olmasıyla kamunun yine iki ayrı farklı turizmde rolü; kültür turizminde yok, kıyasal düzende var. Niye? Kıyasal düzende, kıyı arazilerinin B2 arazilerinin yani niteliği, vasfı gitmiş orman arazilerinin örneğin açılması ki Başbakanlık düzeyinde yapılıyor bu ve kamunun rolünü gösterir. Şimdi sen bana daha çok planlama açısından bunu soruyorsun ama o arazi açılmazsa planlamaya gerek yok ki zaten. Anlatabiliyor muyum? Dolayısıyla ta baştan en üst düzeyde, Başbakanlık düzeyinde o kararlar alınıyor daha sonra Bakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı, işin gereğini yapıyorlar. Dolayısıyla, kamunun rolü doğrudan doğruya Türkiye'de bire bir özellikle kitle turizminde. Dolayısıyla onu da bence ikiye ayırmak lazım. Kültür turizminde kamunun rolü, destinasyon olarak Türkiye'yi yurt dışında çeşitli ülkelerde tanıtmak, Türkiye hakkında farkındalık yaratmak, Türkiye'yi bir kültür ülkesi olarak sunmak, Türkiye'nin zenginliklerini vurgulamak ve Türkiye'nin ziyaret edilebilir güvenilir bir ülke olduğu imajını yaratmak, Türkiye'nin imajını yaratmak. Zaman zaman bu imaj, doğrudan doğruya yabancı ve yerli tur operatörlerinin ticari çıkarlarıyla bağdaşmaz, çelişir. Yani ticari bağlantıları olan Türkiye adını bile kullanmayabilir destinasyon olarak İstanbul'u veya Antalya'yı veya İzmir'i tanıtabilir. Onlar, aslında Türkiye'den daha da çok tanınır. Orada bir çıkar çatışması, özellikle imajın yaratılması konusunda ortaya çıkar. Ama bu çok önemli değildir. Çok önemli değildir, çünkü çalıştıkları alanlar farklıdır. Yani tatil imajını oluşturan şirketlerin beklentileri ve istekleriyle kamunun beklentileri ve istekleri çakışmaz, yani birbirleriyle aynı değildir. Dolayısıyla, aynı imaj üzerinden tanıtım yapmazlar. Türkiye'nin kamusal tanıtımı o yüzden, satışa yönelik değildir. Bir Fransız, Türkiye'ye gelirse iyi ama gelmeseyse de Türkiye imajı olsun. Hâlbuki iki tane posteri yan yana koysan, Fransa'da Türkiye'yi

satan bir kültür tur operatörüyle bizim bakanlığın posterini yan yana koysan tereddüde düşersin. Dolayısıyla, destinasyon yönetimi tanıtım yapıp bir ülkeyi satmak değildir. Birincisinde, ikiye ayırmak lazım destinasyon yönetimini. Kamusal düzeydeki destinasyon yönetimi tanıtım anlamında tanıtım yapmak ve farkındalık yaratmaktır kamusal açıdan. Özel sektör açısından destinasyon yönetimi ise ki o da çünkü yine bir yönetim anlayışıdır. Bir oteli işletmek de bir yönetim anlayışıdır, bir tur düzenlemek de bir yönetimdir sonuçta. Tanıtım yapmak, imaj yaratmak ve ürünü satmaktır. Bu ikisi birbirinden farklı, bunlar çelişir de zaman zaman.

Araştırmacı Soru 6: Size göre turizm destinasyonu yönetiminde Kültür ve Turizm Bakanlığı rol üstlenmeli midir? Evet ise, hangi rolleri üstlenmelidir? Hayır ise, nedenini açıklayabilir misiniz?

Katılımcı: Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın destinasyon yönetimindeki rolü şu anda iki ayrı pazar için dikkate almak lazım. Kültür turizmi söz konusu olduğunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı destinasyon yönetiminde doğrudan doğruya rol almalıdır. Evet, bunu nasıl yapmalıdır? Kültür turistlerinin tükettiği ürünlerinin kamusal nitelikte olanlarını geliştirmeli, düzenlemeli, ulaşılabilir hale getirmeli, kapasitesini kontrol edebilmeli ve bunların tüketme koşullarını belirlemeli ve aynı zamanda bunları tükettirecek olan işletmeleri ve konaklama işletmelerini ve seyahat işletmelerini bir şekilde denetleyebilmelidir. Bu, ilk başta söylediğim yani ulaşılabilir kılmak, gezilebilir kılmak, nitelikli kılmak, turist akışını sağlamak, kapasite kontrolünü sağlamak gibi roller doğrudan doğruya Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olan müzeler ve ören yerleriyle ilgilidir. Dolayısıyla, destinasyon yönetiminde her ne kadar biz bölge olarak alsak bile Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı veya vakıflara bağlı kamu nitelikli olan tüm şeyler müzeler, ören yerleri doğrudan doğruya destinasyon yönetiminin bir parçasıdır. Dolayısıyla, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın rolü her iki pazarda da kaçınılmazdır. Kültür pazarında bu rol daha yüksek olmalıdır. Yani Efes'i tanıtmalıdır, yedi kiliseleri tanıtmalıdır, Türkiye'yi Hıristiyan bir ülke olarak tanıtmalıdır. Ama tanıtım önemli değil, buraları turizme açabilmelidir. Ben şunu demek istemiyorum, Yani kazı yapılsın da açılsın turistler ziyaret etsin değil. Ama Kültür ve Turizm Bakanlığı böyle bakıyor. Yani, Troya'ya böyle bakıyor bilmem nereye böyle bakıyor. Hangi rolleri üstlenmelidir? Özellikle yatırım büyüklükleri konusunda belediyelerle işbirliği yaparak Kültür ve Turizm Bakanlığı yatırımların cesametini bence kontrol edebilmelidir. Yani 5 yıldızlı otele verdiği yıldız sayısı, yıldız yönetim imkânı kocaman bir otele verilmemelidir. Anlatabiliyor muyum? İstanbul'un silüeti bozulmamalıdır falan, yani böyle bakmak lazım. Dolayısıyla yatırım düzeyinde özel sektör, yatırım düzeyinde Kültür ve Turizm Bakanlığı, kentsel düzeyde master planları oluşturulurken belediyelerle işbirliği yapabilir, guide yayınlar, neler yapabileceğini belirleyebilir, yol gösterebilir ve bununla ilgili tarihi yarımada beş kattan fazla olmayacak diyebilir vesaire bunları yerine getirilebilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Bakanlık olarak, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü anlamında değil, destinasyon yönetiminde önemli bir payı var. Seyahat acentaları açısından da bakarsan Kültür ve Turizm Bakanlığı, verdiği belgeler açısından Seyahat Acentaları Bölümü var biliyorsun. Kültür ve Turizm Bakanlığı yine bir destinasyon yönetiminde söz sahibidir, daha doğrusu destinasyonu pazarlayan ve satan kuruluşların üzerinde bir denetime sahiptir. Aynı şekilde rehberler konusunda denetime sahiptir. Rehberlik belgesini veren, onaylayan ve o onaylanan belgenin sürekliliğini olmasını sağlayan, turizmle ilgili rehberlere eğitim veren kurum, şimdi artık eğitim verilmiyor gerçi, yani isteğe bağlı, Kültür ve Turizm Bakanlığı'dır. Dolayısıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın rolü vardır. Ancak burada tümüyle olumlu olarak bakmamak gerekir. Yani Kültür ve Turizm Bakanlığı güdümlü bir bakanlık maalesef, ondan sonra yani kamunun en üst düzeyde aldığı kararları uygulanması konusunda görüş bildiren, yatırımcıya finans sağlanmasında kolaylık sağlayan, garantörlük yapan, kendisi de vaktiyle yatırım yapmış bir kurum. Zaten, Kültür ve Turizm Bakanlığı tuhaf bir rol yani. Yani Kültür Bakanlığı'nın ayrı olması, Turizm Bakanlığı'nın ayrı olması gerekir. Bizde, daha çok turizm

ağırlıklı olduğu için turizm de yabancılar için dikkate alındığı için kültür habire bir kenara bırakılıyor. Dolayısıyla hangi rolleri üstlenmelidir söyledik. Rol üstlenmeli midir? Zaten üstleniyor, bir aracı konumunda rol üstleniyor. Yatırım yapılırken, finans sağlarken, planlama yapılırken rol üstleniyor. Bir de denetim aşamasında doğrudan üstleniyor. Yani işletme belgelerinin verilmesi her sektörde, lokanta olsun acenta olsun, otel olsun bunların geçerliliğinin sağlanması rehberlerin belgelerinin onaylanması vb. bu konuda Kültür ve Turizm Bakanlığı doğrudan rol sahibi. Hayır mı? Böyle bir şey olmasın mı? Yok, öyle bir şey olmasın diyemem. Daha çok kaos olur. En azından Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı 'yla şu anda Türkiye'nin en modern kamu nitelikli kurumlarından bir tanesi.

Araştırmacı Soru 7: Size göre turizm destinasyonu yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü rol üstlenmeli midir? Evet ise, hangi rolleri üstlenmelidir? Hayır ise, nedenini açıklayabilir misiniz?

Katılımcı: *Yani şimdi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü de tabii ki belediyelerle işbirliği halinde bir görev üstlenmelidir. Ama İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne gitsen zaten 6-7 kişi çalışıyor. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ne rol üstlenebilir? Destinasyon yönetiminde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü şöyle bir rol üstlenebilir. Araştırma yapabilir, mesela konaklama birimlerinin niteliği üzerine araştırma yapabilir, yabancı turistler üzerine İstanbul'a gelen giden veya diğer kentlerde anket uygulayabilir, memnuniyet anketi uygulayabilir, imaj anketi uygulayabilir, konaklama işletmelerinden memnuniyet uygulayabilir, istatistiki bilgiler derleyebilir, bunlar da destinasyon yönetiminde kullanılabilir yani, sonuçta. Birisi istediği zaman bilgileri ... havayollarıyla işbirliği yapabilir, havayollarından gelen müşterileri karşılar, soru kağıdı dağıtır.*

Araştırmacı Soru 8: Size göre turizm destinasyonu yönetiminde büyükşehir belediyeleri rol üstlenmeli midir? Evet ise, hangi rolleri üstlenmelidir? Hayır ise, nedenini açıklayabilir misiniz?

Katılımcı: *Evet, üstlenmelidir. Ama destinasyon yönetiminde belediyelerin rol üstlenmesi şöyle olmalıdır. Belirli kentlerde, kentlerin belirli bölgelerinde yörelerindeki turistlerin en çok kullandığı bölgelerde, turistlerin ve halkın rahat edebileceği olanakları yaratmaktır. Bunlar, ulaşım, güvenlidir, sağlıktır, temizliktir, altyapı yatırımdır, temiz içme suyu sağlamaktır, güvenlik bir cadde, ışıklandırma sağlamaktır. Güvenli ve iyi bir şekilde okunabilir çok dilli yönlendirme yapmaktır. Müzelerin sağını solunu bahçesini temizlemek müze bahçelerini düzenlemektir, yani. Evet, belediyeler rol üstlenmeli midir? Ama bunun dışında belediyeler bir kent için kentlinin yaşanabilir kent ihtiyacını karşıladıkları sürece pek bir sorun yok. Ama mesela, yoğun yaz aylarında mesela, talebin yüksek olduğu dönemlerde, havalimanında informasyon deskleri açmak, yoğun dönemlerde ulaşım olanaklarını ve sıklığını artırmak, bazı güzergâhlarda belediyenin denetiminde olan yörelerde, bölgelerde yayalaştırma çabalarını göstermek, yayalaştırma yapmak, bazı bölgeleri araç trafiğine kapamak, araç trafiğini yönlendirmek, çok yoğun talebin olduğu günlerde örneğin bir şekilde turistlerin ulaşımını sağlamak için öncelikli yol yapmak veya öncelikli ... ulaşım olanağı sağlamak, bunlar olabilir. Yani mesela Salı Pazarı'ndan Sultanahmet Bölgesi'ne giden gemi geldiğinde mesela birkaç tane servis koysan ne olur ki? Gider gelir, yani oradan gider tekrar döner, ring gider.*

Araştırmacı Soru 9: Size göre turizm destinasyonu yönetiminde kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları (TÜRSAB ve TUREB) rol üstlenmeli midir? Evet ise, hangi rolleri üstlenmelidir? Hayır ise, nedenini açıklayabilir misiniz?

Katılımcı: *Kamu Kurumu Niteliğindeki Mesleki Kuruluşları aslında Sivil Toplum Kuruluşu'dur. Bunların rolü yine destinasyon yönetiminde değil de yaptıkları işlerin niteliğiyle ilgili olarak bu odaların ve birliklerin zaten bir rolü var. Ama bu rol çok önemli değil. Şimdi hangi seyahat acentasına sorarsan sor, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin sana faydası ne diye? Ben TUREB'den bir şey istemem, benden istiyorlar ayrı ama ben istemem. Şimdi olmalı mıyla var olan arasındaki farkı koymak istiyorum ben. Olmalı diyebilirsin ama olacak da ne olacak! Şimdi TÜRSAB, TÜRSAB'ın yönetimde önemli bir rolü var. Kültür ve Turizm Bakanlığı kendisi müzeleri Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne belediyelerle işbirliği yaparak müzelerin yönetimini veriyor oradan para kazanyorlar. Sultanahmet'e giriyorsun çıkıyorsun 40 lira 50 lira 35 lira aracın büyüklüğüne göre Sultanahmet Bölgesi'ne giriş parası ödüyorsun. Orada park edemiyorsun çünkü, girdiğin için para ödüyorsun, Bunu, TÜRSAB alıyor, belediye alıyor yani bunların açıklanabilir bir yönü yok yani. Dolayısıyla, hiçbir rol üstlenmeseler daha iyi olur. Müzelerin yönetimini falan da müzelere bıraksınlar, kamu kurumlarına bıraksınlar. Şimdi eğer destinasyon yönetimini sadece yatırım yapılma ve altyapı yatırımları ve üstyapı yatırımları diye bakmazsan fakat aynı zamanda destinasyonun tanıtılması da bir farkındalık yaratılması da ve de satılması da bir destinasyon yönetiminin bir parçasıdır. O zaman bunlar tabii ki rol alabilirler. Yani Türkiye Seyahat Acentaları Birliği işte acentaların dâhil olduğu şirket birliği. Bunlar bölgesel pazarlama yapabilirler. Bölge halkıyla olan ilişkileri mesela düzenleyebilirler. O kadar yatırım yapıyorlar, yatırımdan kazandıklarını bölge halkına geri verebilirler, iş olanağı sağlayabilirler, yerel halka olanak sağlayabilirler, sosyal hizmetler yapabilirler, yayın yapabilirler, araştırma yapabilirler, ondan sonra Türkiye'nin tanıtımını yurt dışında bölgesel olarak ülke için yapabilirler. Sonuçta o ürünleri nerede satıyorlar? Türkiye'de satıyorlar. Gelmezse adam Türkiye'ye, ürünü nasıl satacak! Yani sadece kendi ürününü değil de Türkiye ürününü tanıtmak konusunda çalışabilirler, araştırma yapabilirler, turist profili araştırması yapabilirler, turist imajı araştırması yapabilirler, yerli turizme önem verebilirler mesela, ..., ... okul gezileri düzenleyebilirler. Bunlar, sanki gönüllü kuruluşlar gibi onun için STK'lara ekle dedim ben*

Araştırmacı Soru 10: Size göre bir turizm destinasyonunun sahip olduğu kaynakların etkin ve verimli bir şekilde yönetilebilmesi için nasıl bir destinasyon yönetim anlayışı (yönetim/idare/yönetişim) benimsenmelidir? Nedenini açıklayabilir misiniz?

Katılımcı: *Governance tabii ki. Yani governance deyince tabii kamuyu da dikkate alıyor, sivil toplum kuruluşlarını da dikkate alıyor, yerel halkı da dikkate alıyor, çevreyi de alıyor. Nedeni, kamuyu doğrudan doğruya ve kamu nitelikli kuruluşları doğrudan doğruya ilgilendirdiği için bunun bir governance olması gerekir. Özellikle gelişen ülkeler için Türkiye için bu geçerli. Çünkü bu zarar gören araziler, bölgeler, kıyı alanları, ormanlar, göller vs hepsi kamunun malı, kamunun malı tahsis ediliyor.*

Araştırmacı Soru 11: Türkiye'nin bir turizm destinasyonu olarak yönetimi hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Katılımcı: *Görüşme esnasında parça parça geçti yani. Bunun için söyleyebilecek bir şeyim yok yani. Yalnız Türkiye'nin iyi bir şekilde tanıtılmadığı düşüncesindeyim, yani onu söyleyebilirim. Yani ayrı pazarlara göre ayrı bir şekilde tanıtımının yapılması gerekir. Ama bu yapılamıyor, yani bu kamu nitelikli olduğu için destinasyon yönetimi, işte daha önceki paydaşları ve rolleri açıkladık ama yani destinasyon olarak Türkiye'nin hakkında farkındalık yaratılabilmesi için Bakanlığın ... tanıtım yapması gerekir bunu yapmıyor.*

EK3. KOD LİSTESİ

No	Kod	No	Kod	No	Kod
1	Turizm	52	Yiyecek-İçecek İşletmeleri	103	Örgütlenme
2	Destinasyon	53	Seyahat İşletmeleri	104	Koordinasyon
3	Yönetim	54	Tur Operatörleri	105	Taşıma Kapasitesi
4	Turizm Destinasyonu	55	Özel Sektör	106	Destinasyon Pazarlama Örgütü
5	Kamu Yönetimi	56	Üniversiteler	107	Destinasyon Yönetim Örgütü
6	Yönetişim	57	Yerel Toplum	108	Dünya Turizm Örgütü
7	Çevre	58	Yerli Turist	109	Ulaşılabilirlik
8	Flora	59	Yabancı Turist	110	Ulaştırma İşletmeleri
9	Fauna	60	Turizm Eğitimi	111	İmaj
10	Yerel Yönetimler	61	İşletmecilik	112	Turizm Kredisi
11	Belediyeler	62	Turizm Ekonomisi	113	Hibe
12	Kültür ve Turizm Bakanlığı	63	İstihdam	114	Toplumsal Yapı
13	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	64	Turist Sayısı	115	Sürdürülebilirlik
14	Sivil Toplum Kuruluşu	65	Turizm Geliri	116	Turizm Mevzuatı
15	Mesleki Birlik	66	Turizm Gideri	117	Turist Hakları
16	Mesleki Dernek	67	Kentleşme	118	İşletme Niteliği
17	Mesleki Vakıf	68	İl Özel İdareleri	119	Belediye Belgeli İşletmeler
18	Mesleki Örgüt	69	Kaymakamlık	120	Bakanlık Belgeli İşletmeler
19	Merkezi Yönetim	70	Valilik	121	Turizm İstatistikleri
20	Strateji	71	Kalkınma	122	AR & GE
21	Stratejik Yönetim	72	Büyüme	123	Çekicilik
22	Planlama	73	Gelişme	124	Yer Çekiciliği
23	Politika	74	Güvenlik	125	Olay Çekiciliği
24	Finansman	75	Sağlık	126	Turizm Türleri
25	Muhasebe	76	Turist Güvenliği	127	Turizm Destinasyonu Türleri
26	Pazarlama	77	Turist Sağlığı	128	Çevre Temizliği
27	Destinasyon Pazarlaması	78	Can Güvenliği	129	Uluslararası Turizm Örgütleri
28	Tanıtım	79	Mal Güvenliği	130	Turizmi Çeşitlendirme
29	Tutundurma	80	Kalite	131	Bilinçlendirme
30	Reklam	81	Şehir Haritası	132	Teknik Destek
31	Teşvik	82	Turizm Haritası	133	Kültürel Etkinlik
32	Vergi	83	Paydaş	134	Spor Organizasyonu
33	Yol	84	Aktör	135	Uluslararası İlişkiler
34	Su	85	Oyuncu	136	Satış
35	Elektrik	86	Sosyal Turizm	137	Envanter
36	İletişim	87	Destekleyici Hizmet	138	Rekabet
37	Altyapı	88	Turistik Ürün	139	Ekonomik Kriz
38	Üstyapı	89	Hizmet Kalitesi	140	Politik Kriz
39	Konaklama İşletmeleri	90	Denetim	141	Terörizm
40	Turizm İşletmeleri	91	Kontrol	142	Doğal Afet
41	Yatırımcı	92	Teşkilatlanma	143	İnsan Kaynakları
42	Çalışan	93	Ulusal Turizm Örgütü	144	Halkla ilişkiler
43	Bölge	94	Hava Kirliliği	145	Kriz Yönetimi
44	Ülke	95	Toprak Kirliliği		
45	Yöre	96	Gürültü Kirliliği		
46	İlçe	97	Görüntü Kirliliği		
47	İl	98	Bölgesel Turizm Örgütü		
48	Büyükşehir Belediyesi	99	Yerel Turizm Örgütü		
49	TÜRSAB	100	Turizm Arzı		
50	TUREB	101	Turizm Talebi		
51	TUROB	102	Turist Memnuniyeti		

EK 4. Tez Adında Destinasyon Kavramı Bulunan Lisansüstü Tezler – 2013/2003

Yazar	Yıl	Tez Adı (Orjinal/Çeviri)	Tez Türü
Ediz Güripek	2013	Turizm destinasyonlarının rekabet gücünün artırılmasında stratejik destinasyon yönetimi: Çeşme Alaçatı destinasyonu üzerine bir uygulama	DR
Ayşegül Çerçi	2013	Destinasyon markalama ve yavaş şehir Seferihisar'ın destinasyon marka imajı	YL
Koray Genç	2013	Sürdürülebilir destinasyon yaratma sürecinde örgütlenmenin önemi: Çanakkale turizmi üzerine bir araştırma	YL
İrem Tuğba Doğan	2013	Turistik destinasyon imaj ölçümü: Safranbolu örneği	YL
Alper Selçuk Sakar	2013	Turistik destinasyon açısından Konya ilinin marka kişiliği üzerine bir araştırma	YL
Yasin Soylu	2013	Turistik destinasyonlarda taşıma kapasitesi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı örneği	YL
Samet Can Curkan	2013	Sosyal medya ve turizm: Türkiye'deki turistik destinasyonların değerlendirilmesi	YL
Koray Cirik	2013	Bilgi kaynakları, seyahat motivasyonu ve destinasyon imajının seyahat kalitesi algısına etkisi	YL
Erdal Kışoğlu	2013	Yerel etkinliklerin destinasyon imajı açısından değerlendirilmesi: tekirdağ kent merkezindeki paydaşlar üzerinde bir araştırma	YL
Serap Özdemir	2013	Televizyon dizilerinin destinasyon imajına etkisi	YL
V. Gökçe İnce	2013	Animasyon sinemasında destinasyon kullanımı ve turizm	YL
Farid Haddadzadehhou	2013	Turizm destinasyonlarının etkin yönetimi ve etkileyen faktörler: Turizm sektöründe bir araştırma	YL
Remziye Ekici	2013	Destinasyon yaşam seyri ve yerel halkın turizm gelişimine ilişkin tutumlarının incelenmesi	YL
Mehmet Mert Paslı	2013	Turizmde destinasyon imajı ve Giresun ili üzerine bir araştırma	YL
Serhat Adem Sop	2013	Destinasyon kişiliği, benlik uyumu ve sadakat ilişkisi: Bodrum örneği	YL
Ufuk Pala	2013	Destinasyon markası olma sürecinde Tarsus	YL
A. Selman Özdemir	2013	Motivasyonel ve demografik faktörlerin rekreasyonel olanaklara dayalı yapılan destinasyon tercihleri üzerine etkisi	DR
Tuba Berberoğlu	2013	Etkinliklerin destinasyona etkileri:2011 Erzurum Üniversite Kış Oyunları	YL
Nevin Karabıyık	2013	Kültür pazarlaması: İstanbul'daki kültür miraslarının algılanan hizmet kalitesinin, destinasyon imaj türlerine etkisi üzerine bir araştırma	DR
Hande Doğan	2013	Social media applications in destination management organizations: A case study from Izmir destination	YL
Paşa Mustafa Özyurt	2013	İkinci konut sahibi yabancıların destinasyon yaşam kalitesi kriterleri ve analizi: Alanya uygulaması	YL
Nükhet Adalet Tekin	2012	Turistik destinasyon pazarlaması ve Çeşme örneği	DR
Fatih Pektaş	2012	Destinasyon imajının tatil satın alma kararı üzerine etkisi	YL
Yakup Öztürk	2012	Turizmde destinasyon markalaşması üzerine bir araştırma: Beypazarı örneği	YL
İsa Uğur	2012	Tarihi kentlerin turizm destinasyonu olarak geliştirilmesi: Safranbolu örneği	YL
Emrah Örgün	2012	Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon seçimine etkileri	YL
Erinç Tozlu	2012	Turizm destinasyonlarında engellilere yönelik ürünlerin belirlenmesi	YL
Sibel Mutlu	2012	Tüketici temelli destinasyon marka değerinin ölçülmesi: İstanbul örneği	YL
Erdem Şimşek	2012	Politik istikrarsızlıkların turistlerin destinasyon seçimine etkisi üzerine bir araştırma	YL

Yazar	Yıl	Tez Adı (Orjinal/Çeviri)	Tez Türü
Emrah Keskin	2012	Tanıtım faaliyetlerinin destinasyon seçimine olan etkisi: Kapadokya bölgesini ziyaret eden Japon turistlere yönelik bir araştırma	YL
Serpil Kocaman	2012	Destinasyon yönetimi kapsamında marka kimliğine etki eden faktörlerin marka imajına etkisi: Alanya örneği	DR
Filiz Dalkılıç	2012	Algılanan destinasyon imajı ve tatminin davranışsal niyet üzerindeki etkisi: Kapadokya örneği	YL
Övünç Bardakoğlu	2011	Turistik ürün bakımından destinasyon planlaması ve pazarlaması kapsamında İzmir turizminin değerlendirilmesi ve geliştirilmesine yönelik bir model çalışması	DR
Deniz Karagöz Yüncü	2011	Destinasyon uzantılarının turistlerin duygusal tepkileri, bilişsel algılamaları ve davranışsal niyetleri ile ilişkisi	DR
Serkan Polat	2011	Destinasyon yönetiminde yerel yönetimlerin rolü ve önemi: İstanbul örneği	YL
Aızhan Yergalyeva	2011	Destinasyon markalaşma sürecinde yerel mutfağın yeri (Uralsk Bölgesi'ndeki restoranlar üzerine bir araştırma)	YL
Tuğba Güner Cabael	2011	Destinasyon yönetim organizasyonu üzerine bir model önerisi	YL
Mehmet Sedat İpar	2011	Turizmde destinasyon markalaşması ve İstanbul üzerine bir uygulama	YL
Gönül Göker	2011	Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi: Balıkesir ili örneği	YL
Onur Özoğul	2011	Seyahat araçlarının destinasyon seçimi ve destinasyon imajı üzerindeki etkileri: Türkiye örneği	YL
Seher Geyik	2011	Destinasyon pazarlamasında imajın rolü: Turist rehberleri üzerine bir araştırma	YL
Cihan Demir	2011	Mutfak turizminin destinasyon pazarlamasındaki önemi	YL
Hakan Yılmaz	2011	Destinasyon sadakatini etkileyen faktörler: Belek golf turizmi uygulaması	DR
Selda Uca Özer	2010	Şehir turizmi ve kültür: Yabancı turistlerin kültürel bir destinasyon olarak İstanbul'u değerlendirmeleri üzerine bir araştırma	DR
Mustafa Doğan	2010	Ekomüze odaklı sürdürülebilir destinasyon ve Gökçeada üzerine bir uygulama	YL
Eylin Babacan	2010	Uluslararası etkinliklerin destinasyonların markalaşmasına etkisi	DR
Duygu Aydın	2010	Antalya'nın destinasyon markası özelliklerinin turistler ve turizm aktörleri açısından değerlendirilmesi	YL
Hasan Hüseyin Ceylan	2010	Yerel kalkınma ve rekabet aracı olarak şehir pazarlamasında yatırımcıların yatırım destinasyon tercih yapılarının belirlenmesi ve Uşak tekstil sektöründe bir uygulama	DR
Evren Güçer	2010	Destinasyon seçim kararında imajın etkisi: Antalya örneği	DR
Hürriyet Çimen	2010	İkinci konut satın almada destinasyon kalitesinin etkisi: Alanya örneği	DR
Emre Ozan Aksöz	2010	Turizm pazarlamasının organizasyonunda destinasyon pazarlama örgütleri ve Türkiye için uygun örgüt yapısının belirlenmesine yönelik bir araştırma	DR
Harun Çalhan	2010	Tüketici odaklı yaklaşımla destinasyon performansının değerlendirilmesi: Kapadokya örneği	YL
Bilge Çavuşgil	2010	İklim değişikliğinin turizm talebine etkisinin incelenmesi: Çanakkale turizm destinasyonlarında bir araştırma	YL
Elif Çolak	2010	Destinasyon bazında marka denkliği ve Doğu Karadeniz yaylalarının eko turizm açısından marka denkliğine ilişkin bir uygulama	YL
Gülşel Çiftçi	2010	Marka imajının tüketicilerin destinasyon seçimine olan etkisi	YL
Elif Ülker	2010	Destinasyon pazarlamasında destinasyon seçimi karar verme süreci üzerine bir çalışma: Bozcaada örneği	YL
Şule Kıyıcı	2010	Bir imaj çeşidi olarak destinasyon imajı ve turizmde destinasyon imajının ölçülmesi	YL

Yazar	Yıl	Tez Adı (Orjinal/Çeviri)	Tez Türü
		(Amasra örneği)	
Gülkadriye Karakaya	2010	Turistik satın alma kararında destinasyon imajının önemi: Ankara ili uygulaması	YL
Sabri Çelik	2009	Afyonkarahisar'da uluslararası termal turizm destinasyonu oluşturma potansiyelinin analizi	DR
İlknur Deniz Onbaş	2009	Turizmde destinasyon performansı ve Antalya için bir uygulama	YL
Ayşe Çelik	2009	Destinasyon pazarlama unsuru olarak etkinlik turizmi ve etkileri - İstanbul örneği	YL
Asuman Pekyaman	2008	Turistik satın alma davranışında destinasyon imajının rolü Afyonkarahisar bölgesinde bir araştırma	DR
Nüket Duran	2008	Destinasyon tanıtımında resmi web siteleri: Türkiye'nin rakip destinasyonlarının web sitelerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma	YL
Erhan Özen	2007	Yabancı turistler üzerinde Türkiye ve Yunanistan'ın algılanan destinasyon imajlarının karşılaştırması	YL
Gökçe Yüksek	2007	Yüzen adaların bir destinasyon olarak pazarlanması: Yüzen adalara olan potansiyel talebi ve tüketici beklentilerini belirlemeye yönelik bir alan araştırması	DR
Gökçe Özdemir	2007	Destinasyon yönetimi ve pazarlama temelleri İzmir için bir destinasyon model önerisi	DR
Almaz Akhmetov	2007	Almatı'nın kongre turizm arz potansiyeli ve şehrin kongre destinasyonu seçim faktörleri açısından değerlendirilmesi	YL
Mehmet Oğuzhan İlban	2007	Destinasyon pazarlamasında marka imajı ve seyahat acentalarında bir araştırma	DR
Serkan Kılıç	2007	Destinasyon pazarlamasında marka stratejileri ve Kütahya örneği	YL
Göker Yarkın Yaraşlı	2007	Destinasyon imajı ve Trabzon yöresine dönük bir çalışma	YL
Mehmet Cihan Yavuz	2007	Uluslararası destinasyon markası oluşturulmasında kimlik geliştirme süreci: Adana örneği	DR
Fikret Gökçe	2006	Yerel destinasyonlarda turizm potansiyelinin belirlenmesinde SWOT (Fütz) analizi tekniği: Giresun örneği	YL
Bilge Doğanlı	2006	Turizmde destinasyon markalaşması ve Antalya örneği	DR
Yasin Bilim	2004	Popüler turistik destinasyonlarda (turizm merkezlerinde) polis ve hizmetlerinin Avrupalı turistler tarafından algılanması	YL
Yakın Ekin	2004	Turizm paydaşları perspektifinden turizm gelişimi ve destinasyon rekabetçiliği Antalya örneği	YL
Murat Aksu	2004	Turistler ve destinasyonlarda sunulan kültürel miras arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma: Troia örneği	YL
Lütfi Atay	2003	Turistik destinasyon pazarlaması ve bir alan uygulaması	DR

***DR:** Doktora Tezi, **YL:** Yüksek Lisans Tezi

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> (10.08.2014)

ÖZGEÇMİŞ

Yazar ilk, orta ve lise öğrenimini Malatya'da tamamlamıştır. 2009 yılında Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde lisans eğitimini tamamlayan yazar, 2011 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimini, 2014 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda doktora eğitimini tamamlamıştır. 2010 yılında, Sakarya Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başlayan yazarın ilgi alanlarını; turizm destinasyonu yöneti(şi)mi, turizm planlaması, turizm politikası, kamu yönetimi ve turizm ilişkisi ile yerel yönetimler ve turizm ilişkisi konuları oluşturmaktadır.