



# ALANYA'DA YEREL TURİZM POLİTİKALARI: SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Hilmiye KISA



ALANYA'DA  
YEREL TURİZM POLİTİKALARI:  
SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ<sup>1</sup>

Hilmiye KISA

---

<sup>1</sup> Bu kitap, yazarın Doç. Dr. Yusuf UYSAL danışmanlığında 2024 yılında Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde sunmuş olduğu "*Alanya'da 2010 Yılı Sonrasında Yaşanan Yerel Turizm Politikası Sorunları ve Çözüm Önerileri*" adlı yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.



*Alanya'da Yerel Turizm Politikaları: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*  
*Hilmiye KISA*

**Genel Yayın Yönetmeni:** Berkan Balpetek

**Kapak ve Sayfa Tasarımı:** Duvar Design

**Yayın Tarihi:** Ağustos 2024

**Yayıncı Sertifika No:** 49837

**ISBN:** 978-625-6069-54-1

© Duvar Yayınları

853 Sokak No:13 P.10 Kemeraltı-Konak/İzmir

Tel: 0 232 484 88 68

[www.duvar yayinlari.com](http://www.duvar yayinlari.com)

[duvarkitabevi@gmail.com](mailto:duvarkitabevi@gmail.com)

## ÖZGEÇMİŞ

İlk ve ortaöğretimi Alanya'da tamamladı. 2014 yılında Dumlupınar Üniversitesi Kamu Yönetimi bölümünde lisans eğitimini tamamladı. 2019 yılında Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında Tezli Yüksek Lisans eğitimini tamamladı. 2020 yılında Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Gazipaşa Mustafa Rahmi Büyük Ballı Meslek Yüksek okulunda Otel Lokanta ve İkram Hizmetlerinde öğretim görevlisi olarak çalışmaya başladı. 2021 yılında Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalında yüksek lisans eğitimine başladı.

# İÇİNDEKİLER

<b>TABLolar LİSTESİ .....</b>	<b>viii</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ .....</b>	<b>ix</b>
<b>KISALTMALAR .....</b>	<b>x</b>

<b>GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
--------------------	----------

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

<b>KAMU VE TURİZM POLİTİKASI .....</b>	<b>5</b>
--	----------

<b>1.1. POLİTİKA KAVRAMI .....</b>	<b>5</b>
------------------------------------	----------

<b>1.2. KAMU POLİTİKASI .....</b>	<b>7</b>
-----------------------------------	----------

1.2.1. Kamu Politikasının Özellikleri .....	11
---	----

1.2.2. Kamu Politikasının Unsurları .....	12
---	----

1.2.3. Kamu Politikasının Kapsamı .....	12
---	----

1.2.4. Kamu Politikasının Türleri .....	13
---	----

1.2.4.1. Dağıtıcı Kamu Politikaları .....	13
---	----

1.2.4.2. Düzenleyici Kamu Politikaları .....	14
--	----

1.2.4.3. Yeniden Dağıtıcı Kamu Politikaları.....	14
--	----

1.2.4.4. Maddi ve İdari Politikalar .....	14
---	----

1.2.4.5. Güncel ve Geleceğe İlişkin Politikalar .....	15
---	----

1.2.5. Kamu Politikası Aktörleri .....	15
--	----

1.2.5.1. Resmi Aktörler .....	15
-------------------------------	----

1.2.5.1.1. Yasama .....	15
-------------------------	----

1.2.5.1.2. Yürütme .....	16
--------------------------	----

1.2.5.1.3. Yargı .....	17
------------------------	----

1.2.5.1.4. Bürokrasi .....	17
----------------------------	----

1.2.5.2. Resmi Olmayan Aktörler .....	18
---------------------------------------	----

1.2.5.2.1. Siyasi Partiler .....	18
----------------------------------	----

1.2.5.2.2. Seçmenler .....	19
----------------------------	----

1.2.5.2.3. Baskı Grupları .....	19
---------------------------------	----

1.2.5.2.4. Medya .....	20
------------------------	----

1.2.5.2.5. Uluslararası Aktörler .....	20
--	----

1.2.6. Kamu Politikası Süreci .....	21
1.2.6.1. Sorunun Tanınması ve Gündeme Gelmesi .....	22
1.2.6.2. Sorun için Politika Oluşturulması .....	22
1.2.6.3. Kamu Politikasının Kanunlaşması .....	23
1.2.6.4. Kamu Politikası Uygulaması .....	23
1.2.6.5. Kamu Politikasını Değerlendirme .....	24
<b>1.3. TURİZM VE TURİZM POLİTİKASI .....</b>	<b>25</b>
1.3.1. Kavramsal Açından Turizm .....	26
1.3.2. Turizmin Amacı ve Önemi .....	27
1.3.3. Turizm Sorunları.....	29
1.3.4. Kavramsal Açından Turizm Politikası .....	30
1.3.5. Turizm Politikasının Önemi .....	31
1.3.5.1. Turizmin Ekonomiye Katkısı .....	32
1.3.5.2. Turizmin İstihdama Katkısı .....	32
1.3.5.3. Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkisi .....	34
1.3.5.4. Çevresel Etkisi .....	34
1.3.5.4.1. Negatif Çevresel Etki .....	35
1.3.5.4.2. Pozitif Çevresel Etki .....	36
<b>1.4. TURİZM POLİTİKASININ ÖZELLİKLERİ .....</b>	<b>36</b>
<b>1.5. TURİZM POLİTİKASININ ARAÇLARI.....</b>	<b>37</b>
<b>1.6. TURİZM POLİTİKASININ HEDEFLERİ .....</b>	<b>39</b>
<b>1.7. TURİZM POLİTİKASININ AKTÖRLERİ .....</b>	<b>40</b>
1.7.1. Resmi Aktörler .....	40
1.7.2. Gayri Resmi Aktörler .....	40
<b>1.8. TURİZM POLİTİKALARININ OLUŞTURULMA SÜRECİ .....</b>	<b>41</b>
1.8.1. Turistik Talebin Planlanması .....	41
1.8.2. Turistik Ürün Arzının Planlanması .....	42
1.8.3. Turistik Ürün Fiyatının Planlanması .....	42
1.8.4. Yatırım ve Finansmanın Planlanması .....	42
1.8.5. İşgücünün Planlanması .....	43
1.8.6. Tanıtım ve Reklam Planlaması .....	43

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2010 YILI SONRASINDA ALANYA'DA

#### TURİZM VE TURİZM POLİTİKALARI ..... 44

##### 2.1. ALANYA'DA TURİZM ..... 44

2.1.1. Deniz Turizmi ..... 45

2.1.2. Yayla Turizmi ..... 46

2.1.3. Kış Turizmi ..... 47

2.1.4. Mağara Turizmi ..... 47

2.1.5. Sağlık Turizmi ..... 47

2.1.6. Kültür Turizmi ..... 49

2.1.7. Kongre Turizmi ..... 49

2.1.8. Spor Turizmi ..... 50

2.1.9. Festival Turizmi ..... 50

2.1.10. Gastronomi Turizmi ..... 52

##### 2.2. ALANYA'DA TURİZM POLİTİKALARINI ETKİLEYEN

##### AKTÖRLER ..... 52

2.2.1. Resmi aktörler ..... 52

2.2.1.1. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı ..... 53

2.2.1.2. Alanya Kaymakamlığı ..... 59

2.2.1.3. Antalya Büyükşehir Belediyesi ..... 60

2.2.1.4. Alanya Belediyesi ..... 61

2.2.1.5. Üniversiteler

(Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya Üniversitesi) ..... 62

2.2.1.6. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA) ..... 63

2.2.2. Resmi Olmayan Aktörler ..... 64

##### 2.3. ALANYA'DA TURİZM POLİTİKASI UYGULAMALARI ..... 66

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ALANYA'DA YEREL TURİZM POLİTİKALARINDA

YAŞANAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ .....	83
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ .....	83
3.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ, ÖRNEKLEM VE KISITLARI .....	85
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ .....	86
3.4. ARAŞTIRMANIN VERİ ANALİZ YÖNTEMİ .....	88
3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI .....	89
3.6. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ .....	132
3.7. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ .....	144
SONUÇ .....	154
EKLER .....	160
KAYNAKÇA .....	163
DİZİN .....	182



## TABLÖLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.1:</b> Politika Kavramı ile İlgili Çeşitli Tanımlar .....	6
<b>Tablo 1.2:</b> Kamu Politikası Kavramı ile İlgili Çeşitli Tanımlar .....	8
<b>Tablo 1.3:</b> Turizmin İstihdama Katkısı .....	32
<b>Tablo 1.4:</b> Turizm Sektöründe Yapılan Harcamalarının Oluşturduğu İstihdam Alanları .....	33
<b>Tablo 1.5:</b> Turizmi Doğal Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri .....	36
<b>Tablo 2.1:</b> Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Harcamanın Yıllara Göre Dağılımı .....	56
<b>Tablo 2.2:</b> Gümrük Kapılarından Geçen Ziyaretçi Sayısına Göre Alanya Turizminin Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı .....	58
<b>Tablo 2.3:</b> Konaklama İstatistiklerine Göre Alanya Turizmini Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı. ....	59
<b>Tablo 3.1:</b> Katılımcıların Demografik Bilgileri.....	87
<b>Tablo 3.2:</b> Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikaları ile İlgili Birinci Soru .....	132
<b>Tablo 3.3:</b> Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili İkinci Soru .....	133
<b>Tablo 3.4:</b> Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili Üçüncü Soru .....	134
<b>Tablo 3.5:</b> Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili Dördüncü Soru .....	136
<b>Tablo 3.6:</b> Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili Beşinci Soru .....	137
<b>Tablo 3.7:</b> Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili Altıncı Soru. ....	140

## ŞEKİLLER LİSTESİ

### Sayfa

<b>Şekil 1.1:</b> Doğal Çevre, Ekonomi ve Turizm Arasındaki Etkileşim .....	35
<b>Şekil 3.1:</b> Alanya Destinasyonunda Sorun Yaşanan Turizm Çeşitleri .....	135
<b>Şekil 3.2:</b> Aktörler Arasında İş birliği ve Koordinasyonun Sağlanamama Sebepleri.....	139
<b>Şekil 3.3:</b> Katılımcılar Tarafından En Fazla Tekrar Eden Konular.....	143

## KISALTMALAR

<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>ALTAV</b>	Alanya Turizm Tanıtma Vakfı
<b>ALTİD</b>	Alanya Turistik İşletmeciler Derneği
<b>ALTSO</b>	Alanya Ticaret ve Sanayi Odası
<b>BYK</b>	Bölgesel Yürütme Kurulu
<b>OPEC</b>	Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü
<b>STK</b>	Sivil Toplum Kuruluşu
<b>TÜREFOD</b>	Türkiye Otelciler Federasyonu
<b>TÜRSAB</b>	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

## GİRİŞ

Turizm son yıllarda kişi başına düşen gelirin artması, tatil sürelerinin uzaması, teknoloji ve iletişim alanında yaşanan gelişmelerle birlikte insanların sosyal yaşamlarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin de etkisi ile sosyal ve kültürel geçişkenlik artmış ve turizmin etkisi ile dünya barışı ve ülkeler arasında kültürel bütünleşmenin sağlanabilmesi gibi konularda gelişmeler kaydedilmiştir.

Turizm, dünyanın en hızlı gelişip ilerleyen sektörleri arasında yer almaktadır. Ulaşım sektöründe yaşanan gelişmelerle birlikte insanlar daha konforlu bir şekilde daha uzak mesafeli yolculuklar yapmaya başlamıştır. Ulaşım ve iletişim teknolojisinin hızla gelişmesi, kişisel gelirin artması ve dünyanın birçok ülkesinde turist kabulü için bürokratik işlemlerin kolaylaştırılması turizm sektöründe de hızlı bir gelişme yaşanmasına neden olmaktadır. Turizm sektörü gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde büyük öneme sahiptir (Akın ve Kamışlı, 2009). Diğer birçok sektör gibi ulusal ve bölgesel kalkınmada bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu durumun temel sebebi turizmin istihdam yaratması, ülkeye döviz kazandırması, gelirleri arttırması, ödemeler dengesindeki sorunların ortadan kaldırmasında yardımcı olması, ekonomik anlamda ulusal ve bölgesel gelişmenin sağlanması gibi özelliklere sahip olmasıdır.

Ülkeler gelişen refah seviyeleri ve etkinliğini kolaylaştıran unsurlardan dolayı uluslararası turizm gelirlerinden en yüksek payı alabilmek için rekabet etmektedirler. Bu noktada da turizmin sahip olduğu istihdam yaratma, sosyal alanların geliştirilmesi, çevrenin korunması ve diğer bölgelerle olan rekabette daha fazla gelir elde etmek isteyen destinasyonlar<sup>1</sup> turizm açısından daha fazla gelişmek zorundadır. Turizm alanında çalışan bilim insanları bu gelişmenin ancak doğru politikaların oluşturulması ve doğru planlamaların yapıp uygulanması ile gerçekleşebileceğini belirtmektedirler (Atça Tonbil, 2019).

Turizm sektöründe söz sahibi olan ülkelerin hepsi uyguladıkları turizm politika ve planlamalarının başarısıyla paralel olarak diğer destinasyonlarla rekabet etme amacındadırlar. Ekonomik kalkınmada önemli bir etkiye sahip olan turizmin geliştirilmesi için farklı politikalara ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm sektöründe politikalar bilinçli bir şekilde hazırlanıp uygulanırsa ülkenin veya bölgenin sosyal, kültürel ve ekonomik faaliyetleri daha faydalı hale gelebilir.

<sup>1</sup> Destinasyon, farklı doğal güzellikleri ve çekicilikleri bünyelerinde barındıran, turistlere cazip gelebilecek alanlar (Coltman, 1989) olarak düşünülmelidir.

Aksine plansız ve bilinçsiz olarak izlenen politikalar gelecekte telafisi mümkün olmayan hasarlara, çevre tahribatlarına, bozuk yapılaşma ile çeşitli sosyal ve ekonomik sorunlara sebep olabilir. Bu nedenle turizm politikasının ve turizm faaliyetlerinin belirli planlar çerçevesinde uygulanması önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevreye duyarlı, rekabetçi ve sürdürülebilir politikalar hazırlanıp uygulandığı takdirde turizm gelirleri ve turist sayısının artmasıyla destinasyonların uluslararası turizm gelirinden büyük pay alabilmesi mümkün olmaktadır.

Turizm sektörü, turistlerin yaptıkları harcamalar ile var olan veya yeni açılacak olan işletmeler için yeni iş fırsatlarının yaratılması, döviz elde edilmesi ve buna bağlı olarak gelirin artması, bu gelirlerden vergiler elde edilerek alt yapı yatırımlarının teşvik edilmesi ile bölge ve ülke ekonomisine önemli katkılarda bulunmaktadır. Turizm sektörünün bu gibi önemli ekonomik etkilerinin yanı sıra birtakım sosyal ve kültürel etkileri de bulunmaktadır. Turistler tatillerinde sadece eğlenme ve dinlenme ile kalmayıp gittikleri destinasyonlara kendi değer yargılarını, yaşam tarzlarını ve değişik alışkanlıklarını da götürebilmektedir. Ancak destinasyonda yaşayan yerel halk da turizm sektöründe önemli bir yere sahiptir. Bu durumda sadece turistlerin tavır ve davranışlarının değil yerel halkın da turistlere karşı olan tavır ve davranışlarının turizmde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle turizm destinasyonlar için sadece ekonomik yarar sağlamakla kalmaz, aynı zamanda yerel halkın kendi kültürlerini korumasıyla birlikte gelen ziyaretçilere sergileme imkânı da sağlar. Bu durumda turizm amacıyla kullanılan destinasyonlar çevresel boyutta olumlu veya olumsuz olarak etkilenmektedir.

Turizm sektörü, insan ve çevre bileşenleri ile değerlendirildiğinden ulusal ve uluslararası arenada doğaya ve çevreye verilen birtakım olumsuz etkiler ortaya çıkmaktadır. Bu etkileri, yeşil alanların tahrip edilerek yeryüzündeki alanlarının azaltılması, enerji talebi ve tüketimin artması, kentsel nüfus oranlarının giderek artmasıyla birlikte doğal çevrenin tahrip edilmesi olarak sıralayabiliriz. Bunun yanında turizmin çevre üzerinde birtakım olumlu etkileri de bulunmaktadır. Ulusal park, vahşi yaşam parklarının koruma altına alınması, fiziki çevrenin, tarihi anıt veya evlerin korunması gibi konular olumlu etkilere örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca turizm destinasyonlarında iletişimin, ulaşımın, yerel yönetimlerin, konaklama tesisi, cadde, sokak ve altyapı unsurlarının geliştirilmesine de katkı sağlamaktadır. Bu noktada önemli olan konu, turizmin bahsedilen olumlu özelliklerinin artırılmasının yanında olumsuz özelliklerin ortadan kaldırılması veya en aza indirilmesi için etkili politikaların hazırlanması gerekliliğidir. Turizm politikasının, ülke turizminin gelişmesi için kapsamlı bir

yapı sunması gerekmektedir. Böylece ulusal turizm politikası, paydaşlara en çok fayda sağlayacak şekilde istihdam, döviz kazanımı, dezavantajlı grupların gelişimi ile genel ekonomik kalkınmada ve turizmin sürekli büyümesinde olumlu katkılar sağlayacaktır.

Turizm sektörü çok aktörlü bir sisteme sahiptir. Bir yandan konaklama işletmeleri, bir yandan seyahat acenteleri, bir yandan turistik ürün üreten işletmeler, rehberler ve turizm alanlarında yatırım yapan yatırımcılarının sektörde yer alması turizm endüstrisinin karmaşık bir yapıya sahip olmasına sebep olmaktadır. Turizm alanında politikalar hazırlanıp uygulanırken sektörde yer alan bu aktörlerin de süreçte aktif olarak yer alması gerekmektedir. Bu durumun temel sebebi her aktörün politikalara farklı pencerelerden yaklaşabilmesi ve beklentileri ile elde ettikleri kazanım ve çıkarlarının farklı olmasıdır.

Turizm sektörü, sahip olduğu istihdam fırsatları ve döviz geliri ile ülke ekonomisine artı değer sağlamasından dolayı hükümetlerin üzerinde özellikle çalışmalar yaptığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelişen ve değişen dünya koşullarına uyum sağlayabilmek ancak bazı önemli politik eylem ve kararların alınabilmesi sayesinde gerçekleşebilir. Bu uyumun sağlanabilmesi aşamasında gelişmiş olan diğer ülkelerin incelenip karşılaştırmaların yapılması ve buna göre her ülkenin kendi stratejisini oluşturması ve politika ile planlarını belirleyerek uygulaması gerekmektedir. Ülkemizde turizm sektörünün en etkin şekilde kullanılabilmesi, turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi, elde edilen gelirin artırılabilmesi için devlet ve sektörde yer alan paydaşlar tarafından birtakım politika ve planlamalar yapılmaktadır. Oluşturulan bu turizm politikalarının temel amacı ise sürdürülebilir turizm anlayışıyla turizm sektöründe istihdamın artırılması ve turizmin bölgesel kalkınmada öncü bir sektör haline gelmesinin sağlanmasıdır (Başdoğan, 2019).

Mevcut yönetim anlayışında özellikle paydaş sayısının fazla olduğu turizm endüstrisinde yer alan sorunları yönetip çözebilmek için hükümetler özel sektör ve sivil toplum ile güçlerini birleştirmektedir. Çünkü turizmin uzun vadede sürdürülmesi ve geliştirilmesi için tüm aktörlerin desteklenmesi gerekmektedir. Ancak tüm aktörlerin turizmden eşit şekilde yararlanmadığı ve bazılarının politika oluşturma ve uygulama aşamalarında daha önemli olduğu söylenilebilir. Sektörde yer alan öncülerin ağırlığı, özellikle turizm politikalarında ön plana çıkmakta bu durumda da turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanmasına etki edebilmektedir.

Turizm, günümüzde ülkelerin ekonomileri bakımından büyük öneme sahip olan bir gelir kaynağıdır. Turizmin bu özelliği sayesinde dünya üzerindeki bütün ülkeler, turizmin sağladığı ekonomik güçten daha fazla pay alabilmek için yarış

halindedir. Ülkeler, uluslararası alanda bu kadar büyük etkiye sahip olan sektörden faydalanabilmek için iç ve dış politikalarda önemli adımlar atmaktadır. Dış politikada ülkemizde 2000 yılı sonrasında komşular ile sıfır sorun yaklaşımı ve çok boyutlu dış politikalar sayesinde diğer ülkelerle iyi ilişkiler kurulmuş, birçok ülke ile vize anlaşması imzalanmış dünyanın çeşitli yerlerinde büyükelçilikler açılmış, bazı uluslararası ve bölgesel kuruluşlarda görev alarak yeni bir profil oluşturulmuştur. Dış politikada atılan bu adımlar sayesinde ülkemizi ziyaret eden yabancı turistlerin sayısında ve turizmden elde edilen gelirlerde ciddi anlamda artışlar gözlemlenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm İstatistikleri, 2024).

Bu çalışmada Alanya’da 2010 yılı sonrasında yaşanan yerel turizm politikası sorunları ele alınmış ve çözüm önerileri sunulmuştur. Çalışma kapsamında yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme için çeşitli araştırma, makale ve kitaplardan yararlanılarak açık uçlu sorular hazırlanmıştır. Çalışmada, görüşme esnasında verilerin ses kayıt cihazı kullanılarak kaydedilmesine izin verilen durumlarda kayıt cihazı kullanılmış, izin verilmeyen durumlarda ise not alınarak görüşmeler kaydedilmiştir.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, politika ve turizm politikası kavramsal açıdan ele alınmaktadır. İkinci bölümde Alanya’nın sahip olduğu turistik değerleri ele alınıp şehirde uygulanan yerel turizm politikaları değerlendirilmektedir. Son olarak üçüncü bölümde ise Alanya’da 2010 yılı sonrasında yaşanan yerel turizm politikaları sorunları araştırılıp yaşanan yerel turizm politikalarında ilgili sorunların giderilmesine yönelik çözüm önerileri sunulmaktadır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **KAMU VE TURİZM POLİTİKASI**

#### **1.1. POLİTİKA KAVRAMI**

Eski Yunanca kökenli olan ile “politika” kelime anlamı olarak “iş yapmak” anlamına gelmektedir. Politika kavramının karşılığı olarak siyaset kelimesi kullanılmaktadır (Göçoğlu ve Aydın, 20215). Bu kavram öncelikle kamu yönetimi alanında kullanılmakta ve “*hizmet işlerini belli bir usule göre yürütmek*” anlamına gelmektedir. Mevcut ve gelecek yıllara yönelik kararlara rehberlik etmek için pek çok seçenek içinde belirlenen belli bir hareket tarzı ya da yol da politika olarak ifade edilmektedir (Dinçer, 1998). Devletin faaliyetlerini amaç, yöntem ve içerik şeklinde düzenleme ve gerçekleştirme ilkelerinin tümüne politika denilmektedir. Ayrıca bir hedefe erişmek amacıyla karşındakilerin hislerini okşama, hassas noktalarından ya da aralarındaki anlaşmazlıklardan faydalanma gibi yöntemlerle işini yoluna koyma da politika olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Politika, yeterli oranda tanımlanan ve gereken verilerle donatılan bir ortandan alınmakta ve süreklilik içeren kararlardan oluşmaktadır. Başka bir ifadeyle daha hususi haller için oluşturulan, kullanıma daha yakın olan bazı ilke, prensip ve talimatlardan elde edilen kararlar politikayı oluşturmaktadır (Eren, 2010). Bu bağlamda politika üretimi süreci, birbirini bağlayan eylemlerle gerçekleşmektedir. Dolayısıyla politika, yapılabılır seçenekler arasından bir tanesini yapmaya karar vermeyi ifade etmektedir (Turan, 2023).

Politika, toplum içinde yaşamını sürdüren insanlar arasındaki çatışma ve mücadele olarak nitelendirilmektedir. İnsanların farklı görüş, çıkar ve psikolojik eğilimlerinden kaynaklanan çatışmalar politikanın merkezinde yer almaktadır. Söz konusu çatışmanın, gücün ele geçirilmesinden ibarettir (Kapani, 2008). Politika, ülkenin problemlerine bakmak, onları tanımlamak, çözümler bulmak, elden gelenin en iyisini yapmak, sonuç almak ve bu sonuçları ölçmeye çalışmak şeklinde ifade edilebilir. Politika, bir işletmeyi ya da toplumu idare etme/yönetme yeteneği şeklinde de tanımlanmaktadır (Ceyhan, 2011). Bu bakımdan her yönetimde, yönetim biçiminde ve her kurum ile kuruluşta belirli politikalar bulunduğu ifade edilebilir. Yukarıda ifade edilen tanımlamalar dışında politika kavramı ile ilgili yapılan bazı tanımlamalar Tablo 1.1’de yer almaktadır.



**Tablo 1.1: Politika Kavramı ile İlgili Çeşitli Tanımlar**

Yazar/Kurum	Tanım
Machiavelli	Güç alanı.
Aristoteles	“En yüksek iyiyi” ve “iyi yaşamayı” amaçlayan devlete ilişkin tüm faaliyetler, devlet yönetimi ve yurttaşlığa ilişkin işler.
Platon	İnsanları rızaları ile yönetme sanatı.
Hugh Hecllo	Belirli kararlar veya eylemlerden ziyade, genellikle bir eylem ya da eylemsizlik süreci.
Brian C. Smith	Birbiriyle bağlantılı eylemlerin etkilerinden ziyade eylem ya da eylemsizliğin seçimi.
B. Guy Peters	Bir ülkede yaşayan kişilerin hayatı üzerinde etkisi olan devlet faaliyetlerinin tümü.
Randall B. Ripley ve Grace A. Franklin	Seçilmiş/ hissedilmiş bir sorun hakkında devletin ne dediği veya ne yaptığı.
Edward C. Page	Niyetler ya da eylemler ya da ikisinin birleşimi olarak düşünülebilecek şeylerdir.
Turgay Ergun	Benzer ve yinelenen durumlarda alınması gerekli önlemlerin takdir hakkı alanını daraltan genel bir ilke ya da kural
Oxford İngilizce Sözlüğü	1. İhtiyatlı, amaca uygun veya yararlı bir süreç. 2. Hile, çıkarına uygun düşen, entrika, savaş hilesi, kurnazlık.
Carl Joachim Friedrich	Aşılacak engel ve kullanılacak fırsatların öngördüğü verili bir çevrede, bir amacı gerçekleştirmek ya da bir hedefe ulaşmak için bir kişi, grup ya da hükümetin önerdiği hareket tarzı.
Robert H. Salisbury	1. Devlete ait karar alma süreçlerinin çıktıları. 2.Otorite içeren kuralların genel çerçevesi. 3. Bir amaç ya da hedefi gerçekleştirmek için tasarlanan eylemler.
Seçkin Aksöz	İnsanların hayatlarını düzenlemek adına genel kurallar yapmak, korumak ve değiştirmek için ihtiyaç duyulan faaliyetlerin tümü.
TDK	Devletin etkinliklerini amaç, yöntem ve içerik olarak düzenleme ve gerçekleştirme esaslarının bütünü, siyaset, siyasa.
TDK İktisat Terimleri Sözlüğü	Belirlenen amaç veya hedeflere ulaşmaya yönelik karar ve eylemler bütünü.
Leslie Alexander Pal	Bir “duruş”, belirli bir “hareket tarzı”.
D. Easton	Değerlerin otoriteye bağlı olarak dağıtılması.
H. Lasswell	Kimin neyi, ne zaman ve nasıl aldığından oluşan bir süreç.
C. Barbour ve Gerald C. Wright	Güç ve kaynakların şiddete başvurmadan bir toplumda nasıl dağıtılacağına saptanması için kullanılan bir yöntem.
J.R. Wedel, C. Shore, G. Felmand ve S. Lathrop	Sigorta sözleşmesi.
C. Shore ve S. Wriğth	Bir tarafta diplomasiyi, sağduyuyu ve belirli bir beklentiyi çağrıştıran diğer taraftan kurnazlık, hilekarlık, tilkilik, ikiyüzlülük.
Chambers Sözlüğü	1.Genellikle belirli ilkelere dayalı bir eylem planı; bir organ ya da birey tarafından alınan karar, 2.Takip edilmesi gereken bir davranış dersi, 3.Bir ilke ya da ilkeler seti, 4. Bir sigorta anlaşması.

**Kaynak:** Tablo muhtelif kaynaklar taranarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1.1 incelendiğinde politika kavramına farklı anlamların yüklendiği görülmektedir. Buna göre kavram ile ilgili herkes tarafından kabul gören ortak bir tanımın varlığından bahsetmek oldukça güçtür.

## 1.2. KAMU POLİTİKASI

“Kamu” kavramı, literatürde özel kelimesinin karşıtı olarak kullanılmakta olup belirli bir sürede belirli bir toprak üzerinde yaşayan insanların tamamını nitelemektedir. Arapça kökenli eş anlamlısı olarak amme sözcüğünün kullanımı günümüzde de devam etmektedir (Uzun, 2021). Türk Dil Kurumu (TDK) Büyük Sözlük’te kamu kavramının birinci anlamı olarak “*halka hizmet götüren devlet organlarının tümü*” ifadesi yer almaktadır. İkinci anlam olarak ise “*bir ülkedeki halkın bütünü, halk, amme*” ifadelerine yer verilmiştir (TDK, 2018). Bu tanımlamalardan yola çıkılarak birinci anlamının fiziksel yapıları belirttiği, diğer anlamının ise bir ülkede yaşayan insanları/halkı belirttiği söylenebilir.

“Kamu politikası” kavramı, “*kamu*” ve “*politika*” kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan bir kavram olup ülkeden ülkeye değişebildiği gibi ülkelerin yönetim anlayışlarına göre de değişim gösterebilmektedir. Bu nedenle kamu politikasının herkesin üzerinde uzlaşabileceği bir tanımını yapmak oldukça güçtür. Ancak buna karşın kavramın geniş kapsamlı olarak neyi ifade ettiğini belirtmek mümkündür. Kamu politikası kavramı, esasında sınırlı olarak bulunan kamu kaynaklarının hangi sorunların çözümünde hangi yöntemlerin kullanılarak çözülmesi gerektiği ile ilgili siyasi bir kararın alınıp uygulandığı süreçtir (Yıldız, 2011). Kamu politikası, kamu yetkilileri tarafından belirlenen bir konuyu veya bununla ilgili sorunları değerlendirmek adına seçilen eylemler veya ihmallerden oluşabilmektedir (Pal, 2006). Kamu politikası Dye (2013) tarafından, “*hükümetin yapmaya ya da yapmamaya karar verdiği her şey*” şeklinde tanımlanmaktadır. Bir topluluk kurulması ve farklı vergilerle para toplanması da bu politikalar içerisinde yer almaktadır. Bu nedenle kamu politikasının davranışı düzenlediğini, bürokrasi kurduğunu, karları dağıttığı ya da tümünü beraber yaptığı belirtilmektedir (Dye, 2013). Easton (1959) kamu politikasının, bir toplum ya da daha küçük bir birimin herhangi bir grup adına, değerleri paylaşan kararlar ve faaliyetlerden oluştuğunu belirtmektedir. Kamu politikası, bir başka deyişle değerleri toplum adına dağıtan bir yetki olarak nitelendirilebilir. Bu nedenle bu kamu politikası değerleri maddi ya da manevi şekilde de tanımlanabilmektedir. Kamu politikası değerleri, para, mülkiyet, ekonomik mallar, insan hakları, adalet, kültür, ahlaki ya da dini değerler gibi görülmektedir (Easton, 1979). Literatür incelendiğinde kamu politikası kavramının araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Bu konuda yapılan bazı tanımlamalar Tablo 1.2’de gösterilmektedir.

**Tablo 1.2: Kamu Politikası ile İlgili Çeşitli Tanımlar**

Yazar	Tanım
Thomas Dye	Devletin yapmayı ya da yapmamayı tercih ettiği her şey.
Michael E. Kraft ve Scott R. Furlong	Hükümetlerin kamusal problemlere cevap olarak geliştirdiği eylem veya eylemsizlikler.
Larry N. Gerston	Yönetimi etkileyen veya yönetimde bir pozisyon sahibi olanlar tarafından alınan kararlar, yükümlülükler ve yapılan aktivitelerin bütünü.
William Jenkins	Siyasal bir aktör ya da aktörler grubu tarafından başarmaya muktedir oldukları hedeflerin ve belirli bir durum içerisinde bu hedeflere ulaşmak için gerekli olan araçların seçimiyle ilgili birbirleriyle bağlantılı bir kararlar ağı.
Leslie Alexander Pal	Kamu politikası bir problem veya birbirleriyle bağlantılı olan problemler grubuna yönelik kamu otoritelerinin tercih ettiği eylem veya eylemsizlik tarzı.
Wayne Lavender	Toplumu etkileyen kararların hazırlanıp uygulanması.
James Anderson	Toplumda oluşan herhangi bir sorunun giderilmesi için kamu ile ilgili aktörlerin rol alarak yürütülen eylem ya da eylemsizlikler.
Mete Yıldız ve Mehmet Zaid Sobacı	Hükümetin belirli politika alanlarındaki tercihi.
Cenay Babaoğlu ve Elvettin Akman	Devletin sahip olduğu otoritesi ile mevcut yasalar çerçevesinde, kamu kurumları aracılığıyla hayata geçirdiği eylemler.
Nicholas Henry	Kamu yönetimlerinin ne gerçekleştirdiği.
James Anderson (2003)	İdare ve onun çevresi arasındaki ilişkilerin ve eylemlerinin bütünüdür
James Anderson (2011)	Bir aktör veya aktörler grubu tarafından, bir probleme veya soruna çözüm getirebilmek için amaca yönelik olarak takip edilen hareketler veya hareketsizlikler.
Yves Mény ve Jean-Claude Thoenig	Kamu gücü ve hükümet meşruiyeti ile yatırım yapılan bir otoritenin faaliyeti sonucu ortaya çıkan ürün.
Anne Schneider, Helen Ingram	Mallar, hizmetler, düzenlemeler, gelir, statü ve diğer pozitif veya negatif kuralların yanı sıra tanımlayıcı metinler, uygulamalar, semboller ve söylemlerdir.
Veysel Babahanoğlu, Erhan Örselli	Uzun sürece yayılan bir dizi politika olup; hükümetler tarafından geliştirilerek uygulanan faaliyetlerdir
Hüseyin Gül	Bir problem ya da ihtiyaca ilişkin gündem oluşturma, konuyla ilgili seçenekleri belirleme, bu seçenekler arasında bir seçim yapma, seçimi uygulama ve sonuçları değerlendirme.
Murat Yıldırım	Bazı sorunlar, beklentiler ya da hedefler karşısında hükümetlerin izledikleri bilinçli bir karar dizisi, siyasal bir strateji, etki ya da tercih.
David Easton	Değerlerin otorite tarafından bütün toplum için paylaşımı
Charles Cochran ve Eloise Malone	Toplumun problemlerine çözüm üretmek amacıyla hükümetlerin kararlarına ve uygulamalarına yönelik bir çalışma

Mark V. Nadel	Çeşitli toplumsal problemlerle mücadele edebilmek için tasarlanan, güncel veya potansiyel hükümet programları ve faaliyetleri.
B. Guy Peters	Vatandaşların yaşamları üzerinde etkisi olan, hükümetlerin gerek doğrudan gerekse aracılar ile gerçekleştirdiği faaliyetler.
Hasan Hüseyin Çevik	Hükümetlerin ve kamu kuruluşlarının geliştirip uyguladığı hareket serisi ile oluşan faaliyet.
Robert Eyestone	Devletin çevresiyle gerçekleştirdiği ilişkiler.
Aydın Usta	Kamu otoritesine ait faaliyetler programı.
R. Paul Wilson	Hükümetlerin belirli konulardaki eylemleri, hedefleri ve açıklamaları; hükümetlerin politikaları uygulamak için attıkları veya atmadıkları adımlar ve gerçekleşen veya gerçekleşmeyen eylemler için yaptıkları açıklamalar.
Frank Fischer	Mevcut amaçlar için politik gündemdeki sorunları çözmek veya azaltmak için tasarlanmış bir eylem veya eylemsizlik.
William N. Dunn	Sosyal sistemleri değiştirmeye yönelik bilinçli girişimler.
A. Argun Akdoğan	Devletin yasalar sayesinde otorite sahibi olduğu bir alanda, bu gücü kullanmaya yetkili tüzel veya gerçek kişilerin yaptığı işlem ve eylemler.
Turgay Ergun	Siyasal iktidarların aldığı kararların bağlayıcı olması durumu.
Kamu Yönetimi Sözlüğü	Kamu hizmetlerinin, kamuya yönelik kararların ve politikaların programlanması, bu programların uygulanması ve değerlendirilmesi.
Nurullah Cihan Ağbay	Toplumsal ihtiyaçlara-sorunlara cevap verebilen, idarenin yönetim felsefesine göre değişip uygulanabilen, sonuçları kesin olmamakla beraber tahmin edilebilen bir yönetim uygulaması

**Kaynak:** Tablo muhtelif kaynaklar taranarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıdaki belirtilen tanımlar incelendiğinde kamu politikasının genel olarak içerisinde birçok özelliği/fonksiyonu barındırdığı görülmektedir. Bu kapsamda;

- Kamu politikaları, kamu sektörü ve kamu hizmetleri ile odaklıdır. Klasik kamu yönetimi anlayışında kamu hizmetleri kamu birimleri/aktörleri tarafından yerine getirilir. Modern kamu yönetiminde ise kamu sektörü aktörleri “katılım” mekanizmasını da daha aktif kullanarak “üstlenici” fonksiyonundan “koordine edici” bir fonksiyona geçiş yapmaktadır. Gerek katılımcılığın daha etkin olması gerekse de kaynak maliyetleri paylaşımı etkisiyle bu durum her geçen gün daha da etkin bir hale gelmektedir.
- Kamu politikalarının ortaya çıkmasında yerel, bölgesel ve ulusal düzeydeki kamu hizmetleri ile bu hizmetlerin sunumuyla ilgili tercih ve yöntemlerin belirlenmesi esası söz konusudur.
- Kamu politikası oluşturmak her şeyden önce ilgili kamu hizmetinin planlanması ve hayata geçirilmesi noktasında bir duruşun, bakış açısının,

yaklaşımın vb. unsurların bütünsel olarak ortaya koyan yönetim felsefesinin oluşmasını ifade eder. Bu durum farklı olasılıklar ile ortaya çıkabilecek birçok seçenek arasından yönetsel/siyasal bir tercihte bulunma durumunu da ortaya koymaktadır.

- Kamu politikası her ne kadar kamu hizmetlerinin planlanması ve uygulanmasını ortaya koyan bir siyasal/yönetsel felsefeyi ortaya koyuyor olsa da mevcut politikanın hayata geçirilmesi sonrası ortaya çıkan geri bildirimlere bağlı olarak bir politika güncellemesi zorunluluğunu da ortaya koymaktadır. Bu nedenle dar anlamda değil, geniş anlamda ele almak daha isabetlidir. Daha yalın bir ifade ile politikanın hayata geçirme aşamaları ile geri bildirimlerinin alınarak yeniden güncellenmesi aşamaları da bu kapsamda değerlendirilmelidir.
- Kamu politikası tabloda örneklendirildiği üzere akademik yazında bazen bir eylem/eylemsizlik, bazen bir faaliyet, bazen de bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Kamu politikası veri toplama, analiz etme, sonuç üretme, tercihte bulunma, karar alma, planlama, uygulama yapma, geri bildirimler alma, yeniden analiz etme ve politika güncelleme gibi aşamaları kapsamaktadır. Bu açıdan bir süreç olma özelliği taşır. Süreç içerisinde birçok faaliyeti gerçekleştirme, eylemde bulunma, bazen de eylemsizlik konumunda kalmayı gerektirmektedir. Dolayısıyla “yönetim” odaklı bir süreç, faaliyet, eylem ya da eylemsizliği aynı anda barındırmaktadır.

Akademik yazında ortaya çıkan tanımlarda dikkate alındığında kamu politikası kavramı ile ilgili olarak ortaya çıkan en temel özellikler yukarıdaki gibidir. İlgili özellikler de dikkate alındığında kamu politikasının daha genel ve kapsayıcı bir tanımın yapılması konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Bu açıdan kamu politikası;

*“Bir ülkede kamu sektörü aktörlerinin koordinasyonunda yerel, bölgesel ve ulusal düzeydeki kamu hizmetlerinin belirlenmesi ve hayata geçirilmesi ile ilgili olarak ortaya konulan duruşu, yaklaşımları, niyetleri, tercihleri, kararları, planlamaları, eylemleri ya da eylemsizlikleri içeren yönetsel süreç ve faaliyetlerdir”.*

Kamu politikası, daha geniş çerçevede sosyal amaçlara erişmek ve sosyal sorunları çözüme kavuşturmak amacıyla tasarlanan ve kullanılan programlara dair siyasi kararlardan oluşmaktadır (Cohcran ve Malone, 2010). Kamu

politikaları çeşitli amaçlara yönelik olarak da oluşturulabilmektedir. García, (2018) tarafından kamu politikalarının nelere yönelik olduğu şu şekilde sıralanmıştır:

- Bireylerin hayat kalitesini ve iktisadi faaliyetlerini yükseltmek,
- Refah ve erişim imkânının eşit bir şekilde dağıtılmak,
- Çevre ile yakın bir etkileşim içinde kaynakların, hizmetlerin ve malların tüketimi,
- Kimlik ve vatandaşlık,
- Politikaların belirlenmesine, kontrol edilmesine ve uygulanan politikaların süreçlerin açıklanması.

### 1.2.1. Kamu Politikasının Özellikleri

Kamu politikası kavramının akademik alanda farklı tanımlamaları olduğu gibi birçok özelliği de bulunmaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- **Sorun Odaklı Olması:** Kamu politikası, hükümetlerin karşı karşıya kaldığı meselelere yönelik oluşturulan bir kavramdır. Araştırmacıların odak noktasını kamu politikasının oluşumu ve uygulanması aşamasında hükümetlerin karşılaştıkları sorunlar oluşturmaktadır (Nacak, 2015).
- **Toplum Odaklı Olması:** Kamu politikaları, toplumun taleplerine ve sorunlarına odaklanan bir yaklaşımdır (Yıldız ve Sobacı, 2013). Toplumsal sorunların belirlenmesi, bu sorunlara çözümlerin üretilmesi ve bu sorunların çözülüp çözülmediği konusunda denetlemenin yapılmasını kapsayan bütün çalışmaları içermektedir. Halk ile kurulan iyi iletişim, halkın isteklerinin karşılanması ve sorunların çözülmesine yönelik belirsizliklerin ortadan kaldırılmasını sağlayarak toplumsal dengeyi korumaktadır (Çevik ve Demirci, 2008).
- **Multidisipliner Olması:** Kamu politikası, kullandığı bilimler, modeller, yöntemler ile hükümetlerin karşı karşıya kaldığı temel sorunların çözümüne katkı sağlayabilecek bütün bilimlerle ilişkilidir (Uzun, 2021).
- **Zaman ve Mekândan Etkilenmesi:** Kamu politikasının oluşturulma süreci bölgeden bölgeye, ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Bir toplumun sahip olduğu ekonomik seviyesi, siyasi, kültürel özellikleri, gelişmişlik düzeyi ve demokrasi seviyesi ülkede bulunan kamu politikalarını doğrudan etkilemektedir. Ülkelerdeki baskın siyasi otoritelerin değişimleri de izlenen kamu politikalarını etkileyebilmektedir (Nacak, 2015).
- **Karmaşık Metodolojiler Kullanılması:** İkinci Dünya Savaşı sırasında Lasswell, sosyal bilimin kamu politikalarına metodolojik olarak etkiler yaptığını belirtmektedir. Özellikle ekonomik tatminin sağlanması,

psikometri ve tutumların ölçülmesi gibi konularda bilimsel gelişmelere değinmektedir (Lasswell ve Kaplan, 1950).

- **Süreç Odaklı Olması:** Kamu politikası, belirli aktörlerin katılımı ile uzun süren çalışmalar sonrası oluşturulmaktadır. Sel, deprem, doğal afet, yangın ve savaş gibi olağanüstü olaylar bu durumun istisnaları olarak yer almaktadır (Uzun, 2021).
- **Değer Odaklı Olması:** Politika bilimlerinin temel hedefleri demokratik değerlerin en üst seviyeye çıkartılmasıdır (Lasswell, 1951).

### 1.2.2. Kamu Politikasının Unsurları

Kamu politikaları sisteminin temel unsurları şu şekilde sıralanmaktadır (Babaoğlu, 2017):

- Politika İstemleri,
- Politika Kararları,
- Politika Söylemleri,
- Politika Çıktıları,
- Politika Getirileri

Politik istemler, Kamu çalışanlarından veya resmi diğer aktörler tarafından politik bir dizge içerisinde faaliyet gerçekleştirilmesi veya gerçekleştirilmemesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Politika kararları, kamu çalışanları tarafından, kamu politikaları yaratılacak şekilde, kabul etme veya emretme şeklinde alınan kararlar olarak nitelendirilmektedir. Politika söylemlerinin resmi görüş ve söylemler olduğu belirtilmekte ve yasa, mahkeme kararları, yönetmelikler bu konuya örnek olarak gösterilmektedir. Politika çıktıları, politika kararları veya bildirimleri yönündeki uygulamalar olarak ifade edilebilir. Bu kavramların somut bir özellik taşıdığı belirtilmektedir. Bir eylemden ya da eylemsizlikten dolayı oluşan veya oluşmayan durumlar ise politika getirileri olarak nitelendirebilir (Babaoğlu, 2017).

### 1.2.3. Kamu Politikasının Kapsamı

İnsanlar, yaşamın tümünü çerçeveleyen bir süreç içerisinde kamu politikaları ile düzenlenen bir ülkede ve dünyada yaşamlarını sürdürürler. Kamu politikaları yaşam için gerekli olan hava, su ve besin standartlarını belirlemektedir. Yiyecek ve içeceklerin ne şekilde üretildiği ne şekilde toplandığı, dağıtıldığı, satıldığı ve tüketicilerin bunlara ne kadar ücret ödediği kamu yararı olarak gösterilmektedir. Devleti oluşturan kurum ve kuruluşlar, kamu düzenine uygun bir şekilde kullandıkları suyun temizliği, kalitesi ve riskleri ile ilgili kurallar koyarak gerekli

şartların oluşumunu sağlamaktadır. Aynı zamanda nakliye alanında ve güvenliğin sağlanmasında da önleyici tedbirler alınmaktadır (Aslan ve Taylan, 2016). Kamu politikaları, ulusal idare tarafından her alanda yerine getirilmesi gereken, ekonomi ve gelecekle birlikte uygulanması gereken bir ulusal politika olarak yer almaktadır. Kamu politikasının kapsamı çeşitli olmakla birlikte geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Devletler eğitim, çevre, sağlık, şehir planlama, savunma, adalet, güvenlik ve ekonomi vb. alanlarda kamu politikalarını formüle ederek uygulamaktadırlar (Korkmaz, 2019). Kamu politikasının çerçevesi, bölge halkının beklentileri ve hükümetin elde ettiği etki ve faaliyetlerin uygulamasıdır. Milli ekonomik işleyiş ve piyasa faaliyetlerinde yüksek düzeyde hükümet müdahalesi ve düşük düzeyde serbestleşme olan ülkeler, daha geniş bir kamu politikası alanına ve kamuoyunda daha büyük bir yere sahip olmaktadır (Göçoğlu, 2014).

#### **1.2.4. Kamu Politikasının Türleri**

Devlet ya da hükümetler tarafından uygulanan kamu politikası türleri, üstlenilen politika analizini daha iyi anlamak için kamu politikasının sahip olduğu çeşitli özelliklere göre gruplandırılmaktadır (Korkmaz, 2019). Kamu politikası türleri, kamu politikasının tanımına, içerdiği işlevlerin tasarımına, kapsamına ve bunların uygulanmasına ilişkin hususlara göre sınıflandırılmaktadır. Kamu politikası türleri, “*dağıtıcı, düzenleyici ve yeniden dağıtıcı*” şeklinde gruplandırılmaktadır. Bunun yanında, kamu politikaları, “*maddi ve idari politikalar, tepkisel ve çağdaş politikalar*” şeklinde de sınıflandırılmaktadır (Aslan ve Taylan, 2016).

##### **1.2.4.1. Dağıtıcı Kamu Politikaları**

Toplumun belirli bir kesimi, belirli bir birey veya kurum için oluşturulmuş ve faydalı olan politikalarlardır. Dağıtıcı kamu politikasının faydası, sınırlı sayıda kişiye ya da kesime hitap ettiği için patron politikası şeklinde de isimlendirilmektedir. Çeşitli kamu politikaları, belirli kesimlere hitap ettikleri için toplumsal adalet açısından yetersiz kalmaktadır. Bu politikalar bir bütün olarak toplum için tasarlanmamakta, belirli bir alana uygulanmaktadır (Aslan ve Taylan, 2016). Dağıtıcı politikalar arasında ev kredileri için hazırlanan vergi indirim politikaları, çiftçiler için hazırlanan gelir vergisi indirimleri ve devletin sunmuş olduğu ücretsiz eğitim öğretim programları gibi politikalar da yer almaktadır (Göçoğlu, 2018). Yeşil kart uygulaması da dağıtıcı politikalara gösterilen örnekler arasında yer almaktadır (Birkland ve Smith’den akt: Ünal, 2013). Başka bir ifade ile dağıtıcı politikalar bir malın, bir çıkarın ya da bir



yararın toplumun sınırlı kesimleri için dağıtmaya yönelik oluşturulan politikaları kapsamaktadır. Ancak burada bahsedilen yararın, toplumun belirli kesimlerine dağıtılmasının yol açtığı maliyetler toplumda yer alan diğer kesimler tarafından fazla bir şekilde hissedilmemektedir. Dağıtıcı politikaların bu sebeple göreceli olarak daha az siyasal çatışmaya neden olduğu belirtilmektedir (Yıldız ve Sobacı, 2013).

#### **1.2.4.2. Düzenleyici Kamu Politikaları**

Etkide bulunduğu aktörlere yönelik olarak uygulamaların ve çıkarların sınırlarının oluşturulup belirlendiği politikalar düzenleyici kamu politikaları olarak yer almaktadır. Düzenleyici politikalar daha çok iktisadi ve sosyal alanlarda, gerçek ve tüzel kişilerle ilgili belirli gruplar üzerine bazı düzenlemeler, yasaklamalar veya kısıtlamalar getiren politikalarlardır (Usta, 2014). Kişiler ve gruplar arasındaki ticari ilişkileri, şirketler ve çıkar gruplarının aralarındaki rekabeti düzenleyen politikalar bu kategoride yer almaktadır. Ayrıca bu politikaların etkide bulunması istenen odaklara kısa vadede direkt olarak fayda getirmeyebilir. Temiz hava ve çevre üzerine hazırlanan politikaların kişilere uzun vadede etki edeceği bu konuya örnek olarak verilebilir (Göçoğlu, 2018). Bir meslek grubunun yetkili organları tarafından kendi aralarında lisans düzenlemelerine yönelik çalışmalar yapması da düzenleyici politikalara örnek olarak gösterilebilir. (Smith'den akt: Ünal, 2013).

#### **1.2.4.3. Yeniden Dağıtıcı Kamu Politikaları**

Ülke içerisinde belirli bir sosyal sınıf veya gruba ait refah, taşınır mallar, taşınmaz mallar, kişisel ya da toplu haklar gibi konularda kamu otoritesi tarafından bilinçli bir şekilde girişimler, değişiklikler ve aktarımlar yapan politikalar, yeniden dağıtıcı politikalar olarak ifade edilebilir. Başka bir deyişle bu kamu politikaları sosyal ve ekonomik varlıklara sahip olanlardan sahip olmayanlara yeniden dağıtılmasını amaçlayan politikalarlardır. Bu politikalar toplumdaki belirli bir sosyal sınıfa fayda ve çıkar sağlarken diğer sınıfa önemli maliyetler yüklemektedir. Bu sebeple de büyük oranda siyasal çatışma ve çekişmelere sebep olmaktadır (Yıldız ve Sobacı, 2013).

#### **1.2.4.4. Maddi ve İdari Politikalar**

Maddi politikalar, toplumların faaliyetlerinin önemli bir bölümüyle ilgili tüm kanunları, planları, programları ve uygulamaları içermektedir. İdari politika ise, idari bölümler ve mahallelerden gelen bütün bilgilerin istatistiksel olarak

incelenmesi ve değerlendirilmesi süreci olarak nitelendirilmektedir (Aslan ve Taylan, 2016).

#### **1.2.4.5. Güncel ve Geleceğe İlişkin Politikalar**

Kamu politikaları, mevcut durumu düzenlemek ve gelecekteki durumu yönetmek için hazırlanan politikalar olarak gösterilmektedir. Bu politikalar, devletin yatırım ve hizmetleri ile diğer alanlardaki faaliyetlerini düzenlemek ve geliştirmek amacıyla koyduğu, ulusal ve uluslararası ilişkilerde geleceğe yönelik oluşturduğu politikalar şeklinde nitelendirilmektedir. Örneğin, gelecekteki trafik sıkışıklığını önlemek için alternatif ulaşım seçeneklerine daha fazla yatırım yapmak devletlerin geleceğin kamu politikaları arasında yer almaktadır. Mevcut kamu politikasının amacı refah devleti anlamında ücretleri azaltarak düzenlemektir (Aslan ve Taylan, 2016).

#### **1.2.5. Kamu Politikası Aktörleri**

Kamu politikası aktörleri resmi aktörler resmi olmayan aktörler ve uluslararası aktörler şeklinde ayrılmaktadır. İsimlerinden de anlaşılacağı üzere, resmi aktörler devletin yasama, yürütme, yargı ve bürokratik erkleri iken, gayri resmi aktörler siyasi partiler, bireyler, çıkar grupları ve medyadan oluşmaktadır. Kamu politikası aktörlerinin üçüncü kısmı da uluslararası kurumlardır (Karadeniz, 2016).

##### **1.2.5.1. Resmi Aktörler**

Belirli bir coğrafyada yaşayan, üstün bir otoriteye tabi olan ve hukuken tanınan bir insan topluluğunun oluşturduğu varlık olarak bilinen devletin işleyişinde temel role sahip (Gönültaş ve Yaylı, 2023:491) ve kamu aktörleri olarak da adlandırılan resmi aktörler, devletle doğal bir etkileşim halinde olan kurumlardan oluşmaktadır. Devletin verdiği yetkiyi kullanarak kamu düzenini sağlaması, resmi aktörlerin en önemli özelliği olarak ifade edilebilir. Resmi aktörler şu şekilde sıralanmaktadır (Köktaş, 2015):

- Yasama,
- Yürütme,
- Yargı
- Bürokrasi.

##### **1.2.5.1.1. Yasama**

Devletin kamu politikasını şekillendiren süreçler, politika önceliklerinin belirlenmesine, geliştirilmesine ve uygulanmasına rehberlik eden, yasal temeli

oluşturan ve Resmî Gazete’de yayımlandıktan sonra yürürlüğe giren yasaların çıkarılmasını içermektedir. Kamu düzenini oluşturan yasama süreci, sosyo-kültürel gelişmelere, devletin ekonomik ve siyasi sistemine, demokratik olup olmamasına bağlı olarak usul ve esaslarında farklılık gösterebilmektedir (Güler ve Çiçek, 2023). Kamu politikasını şekillendiren süreçler ulusal yasalar ve anayasalar tarafından belirlenmektedir. Kamu düzeninin şekillenmesi sürecinde karar almanın en ön saflarında, demokratik şartlarda halk tarafından seçilen parlamento üyeleri bulunmaktadır. Bu kapsamda halk tarafından seçilen ve halkı temsil eden parlamento, kamu politikasının şekillenmesinde ve uygulanmasında en önemli aktörlerden birisi olarak ifade edilmektedir (Akman, 2015). Türkiye’de yasama yetkisinin, Anayasa’nın 7. maddesi uyarınca Türk milletini temsil eden Türkiye Büyük Millet Meclisi’ne ait olduğu belirtilmektedir. Bununla beraber yürütmenin yönetmelik çıkarmak gibi düzenleyici süreçlere de sahip olduğu ifade edilmektedir. Fakat bu yetkinin ikincil olduğu ve yasama faaliyetinin genelliğini, özünü ve bölünmezliğini sınırlayan belirli şartlara bağlı olabileceği kabul edilmektedir (Karadeniz, 2016). Devletlerin yasama organı olan meclis, tek meclisli ya da iki meclisli özellik taşımaktadır. Kamu politikasının şekillendirilmesinde, yasama organı her türlü yasanın önerilmesinde ve kabul edilmesinde merkezi konumda yer almaktadır. Zira kamu politikasının oluşturulması ve yasalaşması yasama organında oluşmaktadır (Köktaş, 2015).

#### **1.2.5.1.2. Yürütme**

Yürütme, kamu düzeninin sağlanmasından, yetki ve görevlerinin idari organ aracılığıyla yerine getirilmesinden sorumlu olan kamu politikası aktörlerinden birisidir. Yürütme organının idari ve siyasi sorumlulukları bulunmaktadır. Türkiye’de kamu politikasının şekillenmesinde yürütme erki önem arz etmektedir. Yürütme, parlamenter ve yarı başkanlık sisteminin bulunduğu ülkelerde cumhurbaşkanı, başbakan ve bakanlardan oluşmaktadır. Bunun yanında, başkanlık sisteminin bulunduğu ülkelerde yürütme organının başkan ve bakanlardan meydana gelmektedir. Yürütme organının bakanlıkların sayısı ve sahip oldukları yetkileri her ülkede farklı olmakla birlikte kamu politikası sürecinde ortak sorumlulukları söz konusu olmaktadır (Köktaş, 2015).

Yürütme, devletin fonksiyonlarını ve düzenli hizmetlerini sağlayan kamu politikasının aktörlerinden birisidir. Yürütme görevi bulunan hükümetler, kamu politikasını şekillendiren ve uygulayan organ oldukları için kamu politikası sürecinde de büyük bir rol oynamaktadır. Türkiye’de yürütme organı, 16 Nisan 2017 tarihinde referandum ile yapılan anayasa değişikliğine kadar cumhurbaşkanı, başbakan ve bakanlardan oluşmaktaydı. Resmi ve fiili olarak 24

Haziran 2018 yılında “Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine” geçilmiştir (Turan, 2018). Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nda kabul edilen anayasa değişikliği neticesinde yürütmenin yapısında ve işleyişinde birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. Parlamenter sistemde yer alan düalist yapıdan monist bir yapıya geçilmiş bakanlıklar görevlerine devam etmekle birlikte Bakanlar Kurulu kaldırılmıştır (Çakır, 2018). Yürütme yetkisi sadece cumhurbaşkanına devredilmiştir. Ayrıca cumhurbaşkanına, Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi çıkarma yetkisi de verilmiştir (Kırışık ve Öztürk, 2022).

#### **1.2.5.1.3. Yargı**

Yargı, kamu politikasının oluşturulması ve uygulanmasında yasama ve yürütme organlarına yasal gözetim sağlayarak resmi aktör görevlerini yerine getirmektedir. Hukuku ihlal eden kamu politikası oluşturulması ve uygulanması yargı tarafından geri alınabilmektedir. Birtakım hallerde önem arz eden siyasi kararlar da yargı tarafından verilmektedir. Genel seçim, devlet-vatandaş ilişkileri, özelleştirme işlemleri ve savunma politikaları ile eğitim kalitesi gibi unsurları barındıran politika alanlarında yargı organlarının önemli rolleri bulunmaktadır (Köktaş, 2015). Yasama, yürütme ve yargı kuvvetler ayrılığı ile dengelenmekte ve birbirine hâkim olmamaktadır. Fakat politikalarda bu denge konuya ve zamana göre değişim gösterebilmektedir. Yargı, kamu düzeninin seyrinde yasama ve yürütme organlarını yönetmektedir. Yargı, bir kamu kurumu olarak kamu politikasının oluşturulmasından uygulanmasına kadar geçen süreçte son derece önemli bir aktör olarak görülmektedir. Türkiye’de kamu politikasının oluşturulmasında ve uygulanmasında kamu aktörlerinin rolünü üstlenen yargı mercileri, “*Anayasa Mahkemesi, Danıştay, Bölge İdare Mahkemeleri ve İdare Mahkemeleri*”dir (Akman, 2015). Yargı aktörünün en önemli rolü yasama ve yürütme organları tarafından verilen, hukuku çiğneyen veya hukukta aykırılıklara neden olan kamu idari işlemlerin geçersiz kılınması ve yürürlüğe girmesinin engellenmesi olarak ifade edilebilir (Fırat Kalkınma Ajansı Araştırma Raporları, 2016).

#### **1.2.5.1.4. Bürokrasi**

Genel olarak bürokratlar bir ulusun kamu politikasının uygulanmasında, yürütülmesinde ve tamamlanmasında kilit unsurlardan birisi olarak nitelendirilmektedir. Kamu politikasının oluşturulmasında cumhurbaşkanı ve bakanlar daha aktif rol alırken, politika uygulama aşamasında bürokratlar ve yöneticiler aktif rol almaktadır. Bürokratlar ve yöneticiler eğitim sürecinde de önemli bir işlev üstlenmektedirler. Kamu düzeninin belirli aşamalara gelmesinde

bürokratların önem arz eden bir yere sahip olduğu belirtilmektedir. Bürokratlar çalıştıkları alanlarda uzman olduklarından, seçilmiş kişiler bürokrasiye katılmakla yükümlüdür. Fakat bürokratlar ve idareciler her koşulda, karar aşamasında devletin emrinde çalışmak zorundadırlar (Karadeniz, 2016). Bürokratlar ve idareciler de politik düzeni kuran yapıların ve uygulamaların bir parçası şeklinde görülmektedir. Nitekim bürokratlar ve idareciler devlet sisteminin örgütlü bölümünde yer almalarına rağmen kamu politikası uygulama sürecinde aktif rolde bulunan çok çeşitli görevleri üstlenebilmektedir.

### **1.2.5.2. Resmi Olmayan Aktörler**

Kamu politikası oluşturma ve uygulama süreci boyunca devlet, vatandaşlar ve toplum arasında bağlantılar bulunmaktadır. Karar verme ve uygulama, kamu politikasının alanı olmaya devam etmektedir. Ancak bu politikanın yönünün belirlenmesinde gayri resmi aktörler de etkin bir rol oynamaktadır. Demokrasinin bulunduğu ülkelerde, gayri resmi aktörler, talepleri üzerinde hükümetin ve kamu yönetiminin üzerinde baskı kurarak kamu politikasının yönünü etkilemektedir (Fırat Kalkınma Ajansı Araştırma Raporları, 2016). Kamu politikasında resmi olmayan aktörler olarak; siyasi partiler, seçmenler, baskı grupları, medya ve uluslararası aktörler sayılabilir.

#### **1.2.5.2.1. Siyasi Partiler**

Siyasi partiler, demokratik sistemlerde siyasetin en önemli unsurudur. Siyasi partiler 19. yüzyılda Amerika ve Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Türk siyasi tarihinde ise siyasi partilerin, Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan parlamenter geleneklere dayandığı bilinmektedir. 1876 tarihli Kanun-i Esasi bu nedenle Türkiye'nin ilk yazılı anayasası olarak kabul edilmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte hükümet değişikliğinden sonra kurulan siyasi partiler, Osmanlı geleneklerine dayanmaktadır (Göktürk, 2016). Türkiye'de bulunan siyasi partilerin, tek parti ve çok partili sistemler dönemi olarak kamu siyasetinde yer almışlardır. Gayri resmi aktörlerden birisi olan siyasi partiler, seçmen desteğini kazanma, devleti kontrol etme ve sürdürme, politika belirleme ve uygulama amacı bulunan, süreklilik gösteren bir siyasi grup şeklinde ifade edilebilir (Çiçek, 2022a). İktidar olmak, iktidarı kullanmak ve seçmene seslenmek bir siyasi partinin temel amacıdır. Siyasi partiler, demokrasinin vazgeçilmez unsurları ve siyasal hayatın en önemli aktörleri olarak değerlendirilmektedir. Siyasi partilerin bir ülkenin kamu politikasının şekillenmesinde ve uygulanmasında aktif rol oynayabilmeleri için seçmen desteğini kazanmaları ve iktidara gelmeleri gerekmektedir. Zira muhalefet

partileri sadece kamu politikasını etkileyerek öncü bir rol oynayabilmektedir (Karadeniz, 2016).

#### **1.2.5.2.2. Seçmenler**

Kamu politikası sürecindeki gayri resmi aktörlerden biri olan seçmenler önemli bir güç ve etkiye sahiptirler. Vatandaşların seçmen olarak oy kullandığı ve aktör şeklinde hareket ederek kamu politikasını etkilediği bir sistemin, doğrudan demokraside daha etkili olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte, günümüzde artan seçmen katılımıyla temsili demokrasi uygulanmaktadır, böylece vatandaşlar kamu politikasını doğrudan olarak değil dolaylı olarak etkilemektedir. Hükümetin eylemlerine ve politikalarına mahkemede itiraz etme hakkı, vatandaşların ve seçmenlerin kamu politikalarını etkilemesinin bir başka yolu olarak gösterilmektedir. Hukuk devletinin bir ilkesi olarak Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nda yer alan "İdarenin her türlü işlem ve eylemine karşı yargı yolu açıktır." (madde:125) maddesi ile vatandaşlar bu haklarını kullanıp verilen kararların değiştirilmesi ya da feshedilmesinde etkili olabilmektedir.

#### **1.2.5.2.3. Baskı Grupları**

Günümüzde kişilerin, taleplerini hükümete aktarmak için bir bağ kurmalarının gerekmektedir. Bununla birlikte kişilerin isteklerini iktidara direkt iletme imkânı pek bulunmamaktadır. Bu nedenle grup olarak hareket etme iktidara daha kolay ulaşma imkânı vermektedir. İktidarı etkilemek ve taleplerin yerine getirilmesini sağlamak amacı ile örgütlenen topluluklar baskı grupları olarak isimlendirilmektedir. Toplumun farklı aşamalarında bulunan ve çeşitli menfaat gruplarını temsil eden, baskı ve menfaat grupları olan örgütlü güçler, iktidarın kendi menfaatlerine yönelik harekete geçmeleri gerektiğini savunmaktadırlar. Kamu politikalarının pozitif ya da negatif etkilenmesinde meslek kuruluşları, sendikalar ve derneklerin çıkarları doğrultusunda iktidara baskı yapmaları etkili olmaktadır. Politikanın hedeflerine ulaşmak için yapılan çalışma ve faaliyetlerin genel olarak kolektif olduğu belirtilmektedir. Bu yüzden politikanın hedefinin, arzının ve talebinin etkilenmesinde baskı gruplarının payı büyüktür. Seçmenlerin grup olarak harekete geçmeleri, iktidar üzerinde daha fazla baskı kurarak hedefe ulaşmaya pozitif anlamda bir katkı sağlanmaktadır (Akman, 2015; Çiçek, 2022b).

Sosyal meseleler ve ihtiyaçlar, bireysel güç iddiaları ve baskı gruplarının bir ulus olarak gerekli olanı gerçekleştirmedeki liderlik rolü, baskı gruplarının sahip olduğu önemi göstermektedir. Baskı grubu üyelerinin sayısı ve rolleri, kamu politikasını etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. Bir üyenin mali gücü, baskı grubundaki üye sayısı kadar önemli görülmektedir. Baskı grupları etkili bir

şekilde organize olduklarında ve aktif bir rol oynadıklarında kamu politikası süreçlerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir. Açıkçası bireysel olarak seçmenlerin etkisi, baskı gruplarının etkisiyle karşılaştırılmamaktadır. Bu yüzden baskı grupları, kamu politikasını iyi ve kötü yönde etkileyen aktörler arasında yerini almaktadır (Karadeniz, 2016).

#### **1.2.5.2.4. Medya**

Kitle iletişiminin tüm unsurları, yazılı, görsel ve internet üzerinden yapılan her türlü iletişim medya olarak adlandırılmaktadır. Medya, kamuoyunun ve toplumun görüşlerine yön veren önemli bir iletişim unsuru olarak nitelendirilebilir. Medya, kamu politikasının şekillenmesinde aktif rol alarak vatandaşları bilgilendirmekte ve yönetimleri etkileyebilmektedir. Hükümetler bazı durumlarda kamu politikalarının tanıtımını, kabulünü ve başarısını etkilemek için medyadan destek almaktadır. Başka bir deyişle, medya, halka bilgi sunarak ve hükümetlerin politikalarını kamuya açık hale getirmelerine de yardımcı olmaktadır. Böylece medya, kamu politikasının şekillendirilmesinde ve uygulanmasında aktif bir rol oynamaktadır (Akman, 2015). Medya, kamu politikasının oluşumunda aktif rolleri bulunan aktörler, iktidar ve toplumsal gruplar arasında güç dengesini kurmakta ve ortak bir alanda mutabakat sağlanmaktadır. Medyanın, ülkelerin siyasi kültürüne göre rol aldığı da belirtilmektedir. Ayrıca medyanın zaman zaman iktidara karşı kesimlerin yanında olduğu zaman zaman da iktidarla beraber hareket ettiği görülmektedir. Medyanın, kamu politikasını etkileme vasfı kendi menfaatlerini savunma amacından kaynaklanmaktadır (Fırat Kalkınma Ajansı Araştırma Raporları, 2016).

#### **1.2.5.2.5. Uluslararası Aktörler**

Resmi ve gayri resmi aktörler, genel olarak kamu politikasının gerçekleştirilmesinde ve uygulanmasında etkili olmaktadır. Bunların yanında uluslararası aktörler de küreselleşme sürecinin evrilmesinin bir neticesi olarak kamu politikasının oluşturulması sırasında etkili bir rol oynamaktadır. Küreselleşme, ülkelerin ağlar kurarak bugün daha güçlü etkileşimin kurulabilmesi için imkanlar yaratmaktadır. Ayrıca toplumların ve ulusların küresel ölçekte karşı karşıya kaldıkları sorunların çözülmesine, uluslar tarafından uluslararası kuruluşların örgütlenmesine ve bütünleşmesine de yol açmaktadır. Küresel kuruluşların üyeleri, birtakım bölgelerde bağımsız olarak karar veremedikleri için karar verme süreçlerinde kısıtlamalarla karşı karşıya kalmaktadır. Dünyanın en küçük ülkelerinden birisinde ekonomik gelişmelerde

olumsuzluklar ve dengesizlikler yaşanması diğer ülkeleri de etkileyerek kayıplara neden olabilmektedir. 1973 yılında Arap-İsrail Savaşı neticesinde petrol fiyatlarını %0'a çeken OPEC'in ABD ve AB'ye petrol akışını durdurması, uluslararası kuruluşların küresel anlamda ne kadar büyük bir etkiye sahip olabileceğine örnek olarak gösterilebilir. Ülkelerin, politika kararları alırken, politikanın önemine göre uluslararası kurum ve kuruluşlardan gelecek tepkileri de dikkate almaları gerekmektedir. Uluslararası aktörlerin, ulusal kamu politikasını ne kadar etkili bir şekilde yönlendirdiğini aldığı kararlar göstermektedir. 21. yüzyıla girerken, fiziki sınırların ortadan kalkması, teknolojik gelişmeler ve tüm işlemlerin elektronik sistemler üzerinden gerçekleştiriliyor olması ülke ekonomilerini birbirine daha çok bağlı hale getirmektedir. Bu durumun kamu politikalarının uygulanması üzerindeki etkisine işaret ettiği belirtilmektedir. Ekonomik ilişkilerin ve faaliyetlerin yarattığı küresel boyut, müdahaleyi mümkün hale getirmektedir. Uluslararası kurumlar, kuruluşlar ve diğer mekanizmalar olumsuzluk içerdiği ve uygun bulmadıkları politikalar için ülkeler üstünde baskı uygulamakta ve politikaların hazırlanıp uygulanma aşamasında kararları etkilemektedir (İpek, 2013).

### **1.2.6. Kamu Politikası Süreci**

Kamu politikasının hükümetin işleyişindeki önemi ve bunun kalite üzerindeki direkt etkisine yönelik bilimsel araştırmalar geçmişten günümüze kadar devam etmektedir. Kamu politikası süreçleri 1950'lerden sonra ortaya çıkıp tüm ülkelerde uygulanmaktadır. Devletin kamu politikası faaliyetlerini başlatmasından uygulama sonrası değerlendirme aşamasına kadar olan sistem kamu politikası sürecini meydana getirmektedir (Kaptı, 2013).

Kamu politikası sürecinde, öncelikle kamusal sorun saptanmakta, bu sorunun çözüme kavuşturulması için devlet gündemine alınmakta ve devletler bir gerekçe oluşturarak pratikte oluşturulan çözümleri kullanabileceği farklı yöntemleri belirlemektedir. Bu süreç, kamu politikası sürecinin karmaşıklığı ve dinamik etkenlerin etkisi gibi durumlarla daha da karmaşık hale gelmektedir. Kamu politika süreci, bir uygulamanın derecelendirmesinin gerektiği gibi güncellenmesi ve düzeltilmesi şeklinde de tanımlanmaktadır. Kamu politika süreci iki bölümden oluşmaktadır. Bunlardan ilki karar vericilerin bütün kararları ve fiilleri, ikincisi ise devlet politikasının, toplumsal şartların, ekonomik kalkınmanın ve özel ile kamu sektör araştırmalarının etkisi ve yansımalarıdır (Demir, 2011).

Klasik yaklaşım, kamu politikası oluşturulma sürecini sistematik ve adım adım ifade eden en temel yaklaşım olarak gösterilmektedir. Klasik yaklaşımın,



siyasi süreci sistematik olarak adım adım tarif ettiği ve böylece sürecin karmaşıklığını da azalttığı belirtilmektedir. Politik süreci sistematik olarak tanımlayan ve klasik prosedürü temsil eden bir usul modeli olan klasik usul modeli, aşama modeli şeklinde de nitelendirilmektedir. Klasik yaklaşımın öncüsü, 1950’lerde kamu politikası alanında yaptığı çalışmalardan ötürü Lasswell olarak belirtilmektedir. 1974’te Lasswell’in öğrencisi Brewer, politika sürecini başlangıç, tahmin etme, seçme, uygulama, değerlendirme ve sonuçlandırma olarak kategorize etmiştir. Daha sonra karma araştırmalar neticesinde oluşturulacak, yasalaştırılacak, uygulanacak ve değerlendirilecek bir gündem son haline getirilmektedir (Kaptı, 2013).

#### **1.2.6.1. Sorunun Tanınması ve Gündeme Gelmesi**

Kamu politikasının doğuşu, mevcut sorunların tanınmasını sağlamıştır. Devletler bütün hususlarda kamu politikası süreçlerini yürütmemektedir. Bu gerekçe, kamu düzenini gözetenlerce gündem olarak değerlendirilmektedir. Burada gündem, bir sorunun neden oluştuğunu, çözümünü ve stratejisini kapsamaktadır. Problem odaklı çalışma ve çeşitli çözümler yoluyla genel halkın, farklı toplulukların, sosyal elitlerin ve kişilerin dikkatini çekme ya da azaltma çabası da gündemlerle karşımıza çıkmaktadır (Erat, 2016). Gündem belirleme, vatandaşların ve toplumun siyasi görüşlerini, sorunlarını, önem sıralarını ve konuların özel dağılımını belirtmektedir. Politikacılar ve yöneticiler, konuları gündeme getirmek için en fazla önem arz eden kaynaklardır. Siyasi partiler ve siyasetçiler seçimlerde vatandaşlardan aldıkları oylar karşılığında mevcut sorunları ele alma ve çözme sözü vermektedir. Ancak iktidara gelse de muhalefette kalsa da güçlü siyasetçiler ve güçlü partiler olmadan sorunlar su yüzüne çıkmamaktadır. Medyada kamuoyu oluşturulması, vatandaşlar, yasa koyucular ve bürokratlar üzerinde etkili olmaktadır. Kamu politika sürecinin, sorunların ortaya çıkmasıyla gündeme gelmektedir. Olayları gündeme getirmenin birçok farklı bakış açısı ve yolu bulunmaktadır. Sorunlar, siyaset ve görünür katılımcılar hükümetin gündemini etkili bir şekilde belirlemektedir. Bu üç unsurun, sürecin belirli akışları ve fırsat kombinasyonları oluşturulduğunda uygulama gerçekleşebilmektedir (Kaptı, 2013).

#### **1.2.6.2. Sorun için Politika Oluşturulması**

Gündemdeki bir konu, politika sürecinde yer alan paydaşların ilgisini çektiğinde, konuya çözüm bulmak amacıyla politika oluşturma adımına geçilmektedir. Politika oluşturma aşamasının içeriği, planlar, hedefler, öncelikli işler, anlaşmalar, seçenekler, seçeneklerin maliyetleri ve faydaları gibi olumlu veya olumsuz etkileri olan bileşenlerden meydana gelmektedir. Kamu politikası sürecinin en önemli aşaması politika oluşturma olarak karşımıza çıkmaktadır (Erat, 2016). Ortaya çıkan

sorunlarda, politika yapıcıların bir faaliyet programına karar vermesi beklenmektedir. Politika gündemindeki sorunları çözmek için bir temel olarak seçenekler önererek süreci çerçevelemekte ve açıklamaktadır. Politika oluşturma süreci, uygulanacak politikaların gündemdeki konuyu ele almak için alternatif politika önerileriyle birlikte detaylandırıldığı adımdır. Politika oluşturma adımında ilk olarak soruna yönelik farklı politika opsiyonları yaratılmaktadır. Bu opsiyonların neticelerine dair analitik çalışmalar yapıldıktan sonra seçenekler arasında eleme yapmaktadır (Köktaş, 2015).

### **1.2.6.3. Kamu Politikasının Kanunlaşması**

Kamu politikasının yasalaşması ve uygulanması aşaması sürecin son adımı olması nedeniyle önem taşımaktadır. Çeşitli çıkar grupları ve siyasi grupları yasallaştırma sürecinde karşı karşıya gelerek birbirleri üzerinde etkili olmaya çalışmaktadır. Politikacılar yasama sürecini güçlerini artırarak ya da koruyarak etkileyebilmektedirler. Yasama aşaması, yasama, yürütme ve yürütme organlarının tüm yazılı yasal işlemlerini içermektedir. Yasama organındaki politika uygulama aşamasında, politikacılar ideolojik sapmalara ve çıkarılara yönelik tutumlarını ortaya koymaktadır (Kaptı, 2013).

Kamu politikası tesis edildikten sonra yasama ve diğer düzenlemelerle kamu politikasının yasalaşması sağlanmaktadır. Kanun ve yönetmelikler olmadan kamu politikası uygulanamayacağından, sorun giderilmesi ya da eksikliklerin karşılanması amacıyla oluşturulan kamu politikaları, yürütme organına ya da diğer mercilere intikal etmeden önce yasama organı tarafından oluşturulan bir yasallaştırma sürecinden geçmek zorundadır. Yürütülen kamu politikalarının yasal bir zemine oturtulması, tüm kesimlerce kabul edilmesi anlamını taşımaktadır (Fırat Kalkınma Ajansı Araştırma Raporları, 2016).

### **1.2.6.4. Kamu Politikası Uygulaması**

Kamu politikasının uygulama aşaması, büyük öneme sahip bir süreç olduğundan, pek çok çalışma politikaların uygulamaya konulduğu uygulama aşamasına odaklanarak meydana gelen sapmaları incelemektedir. Kamu politikaları yürürlüğe girmesinin ardından uygulanmaktadır. Yayımlanan ve uygulanan politikalar arasında her zaman tam bir örtüşme olmamakla birlikte boşluklar ve tutarsızlıklar da oluşabilmektedir. Verimlilik ve etkililiği etkileyen farklı etkenlerin varlığı bu adımda boşlukların oluşmasına yol açmaktadır. Bu unsurlardan hukuki metnin netliği, özlü ve anlaşılır ifadeler, uygulamanın açık bir şekilde belirtilmesi ve hukuki içeriğin toplumsal normlara uygunluğu politika uygulamasının etkinliği ve verimliliği

üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır. Ayrıca, uygulama sürecinde siyasi desteğin varlığı, kamu politikasına yönelik halk desteğini de oluşturmaktadır (Kaptı, 2013).

Kamu politikasının uygulanma aşaması, politikanın benimsenme süreci sonlandırılarak kanunlaşmış olmasından dolayı bir sonraki adımın uygulanmasını sağlamaktadır. Hazırlanan politikalar, bürokratlar tarafından uygulamaya konulmakta ve kamudaki idareciler tarafından da gereken faaliyetler yerine getirilmektedir (Akman, 2015). Kişilerin ve idarecilerin, kamu politikasının uygulama aşamasında yer alan kuruluşlara liderlik edecek nitelikli ve yetkin olmaları bu aşamada önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamu kuruluşlarını idare eden etkin, yetenekli ve yetkin bürokratlar, politikaların uygulanmasında etkinlik oluşturmaktadır. Mesleki beceriler, liderlik nitelikleri ve uzmanlık gibi faktörler, bir bürokratin politikayı uygulama ve başarıya ulaşma yeteneğini geliştirmektedir. Politika uygulama sürecindeki bürokratik başarı, bu politikanın uygulanmasında başarı sağlandığına işaret etmektedir (Kaptı, 2013).

#### **1.2.6.5. Kamu Politikasını Değerlendirme**

Değerlendirme, kamu politikası uygulaması, uyum ve etki sonucunda belirlenen amaç ve hedeflere ne kadar ulaşıldığını ölçen aşama olarak nitelendirilmektedir. Politika değerlendirme süreci, bilgilerin toplanması, araştırılması, test edilmesi ve yorumlanması aşamalarından oluşmaktadır. Politika değerlendirme aşaması, politika oluşturma sürecine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Başka bir deyişle, değerlendirme, bilinen problemler ile çözümleri geliştirilmekte olan politikalar arasında bir entegrasyon yaratmaktadır. Politika değerlendirme aşamasından geçerek yanlış anlaşılan fikirler, düşünceler ve gerçek çalışmalar ayıklanabilmektedir. Değerlendirme yöntemiyle politika etkinliğini sağlamak amacıyla yeni iç görüş ve fikirlerin geliştirilmesi sağlanmaktadır. Değerlendirme sonucunda elde edilen bilgiler siyasi partilere de iletilmektedir (Köktaş, 2015). Politika uygulamasında birincil öneme sahip değerlendirmenin ardından mali uyum sürecinin etkinliği, ikincil öneme sahip hedeflere ne kadar ulaşıldığının belirlenmesi ve üçüncü önemli unsurun açıklama olduğuna, hesap verebilirlik ve şeffaflığın sağlanmasına dikkat çekilmektedir. Kamu politikası değerlendirme aşamasında karşılaşılan problemler arasında hedeflerin net olarak belirlenememesi, uygulamada yetersiz kalınması, performansın belirlenememesi gibi unsurlar yer almaktadır. Karar vericiler ve politikacılar da uygulamanın sonuçlarını erken görmek istemekte ve erken değerlendirmenin kullanılmasını savunmaktadır. Ancak değerlendirmelerin uzun bir zaman diliminde yapılması gerekmekte ve erken sonuç alınmanın objektif olmamakla birlikte erken sonuç alınmak istenmesi ile sağlıklı değerlendirme sonuçlarına ulaşılması engellemektedir (Kaptı, 2013).

### 1.3. TURİZM VE TURİZM POLİTİKASI

Turizm sektörü mevcut olan ve yeni işletmeler için alternatif iş alanlarının açılması, ticarete yeni imkanların oluşturulması, döviz gelirlerimde artışlar görülmesi, hükümetin vergilerden gelir elde etmesi, altyapı yatırımlarının teşvik edilmesi ve bölgesel anlamda ekonomik gelişmelere destek verilmesi sebebi ile ülkeler için önemli bir endüstri dalı olarak karşımıza çıkmaktadır (Dwyer vd., 2010). Turizmin bu ekonomik etkilerinin yanında sosyal ve kültürel etkileri de söz konusudur. Örneğin turistler; ziyaretlerinde sadece dinlenme, eğlenme ve gezip görmeyle kalmayarak gidilen destinasyonun değer yargılarını, yaşam biçimlerini veya farklı alışkanlıklarını da kendi ülkelerine götürebilmektedirler (Kozak vd., 2017). Bu nedenle turizm etkinliğinde sadece turistlerin değil turizm bölgesinde yaşayan insanların ve bu insanların davranış ile tutumlarının da büyük etkileri söz konusudur (Haley vd., 2005; Deery vd., 2012). Bu sebep ile turizmin sadece ekonomik bir gelir sağlamadığı aynı zamanda kültürlerin tanıtılması ve sergilenmesine de imkân tanıdığı ifade edilmektedir (Ingles, 2002). Turizm amacıyla kullanılan destinasyonlar veya bölgeler turizm faaliyetlerinde çevre boyutuyla da etkilenmektedir. Bu etkiler olumlu ya da olumsuz bir şekilde çevreye yansiyabilmektedir (Ağbay, 2019). Ormanlık alanların azalması, karbondioksit emisyonunun artması (Malik vd., 2016), ticaret açığı, enerji talebi ve tüketiminin artması, kentsel nüfus artışı ve turizm taşımacılığı ile doğal çevrenin tahrip edilmesi olumsuz etkilere örnek olarak verilebilir (Zaman vd., 2017; Öztürk vd., 2018). Olumlu etkileri ise; ulusal parkların oluşturulması, doğal ve kültürel etkilerle oluşan fiziksel çevrenin korunması ve geliştirilmesi, vahşi yaşam parklarının oluşturulup korunması ve tarihi ev veya anıt gibi yapıların korunup onarılması şeklinde sıralanabilmektedir (Sharpley, 2006). Ayrıca turizm bir destinasyonda yerel yönetim organlarının, iletişim ve etkileşimin, küçük veya büyük havalimanlarının, otellerin turistik alanların veya cadde gibi altyapı unsurlarının geliştirilmesine de olanak sağlamaktadır (Mbaiwa, 2005). Dolayısı ile turizmin çevre üzerindeki bu etkileri aynı zamanda turizmin desteklenip geliştirilmesine olan inancı da arttırmaktadır (Bertan, 2009).

Turizmin yukarıda bahsedilen olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması veya en az seviyeye indirilmesi için etkili politikaların oluşturulma ve uygulanması gerekmektedir. Farklı boyutlarda oluşan etkiler turizm sektöründe farklı aktörleri ve farklı paydaşları etkilemektedir. Turizm politikaları, turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi için kapsamlı yapılar oluşturmaktadır. Bu yapı içerisinde yer alan kamu ve özel sektör faaliyetlerinin de uygulanan turizm politikasının amaçlarını geliştirmesi beklenmektedir (Ağbay, 2019). Uygulanan turizm politikalarıyla istihdam ve döviz oranlarında artış, ekonomik gelişme, turizmin istikrarlı bir şekilde

gelişmesi ve sektörde yer alan paydaşların en yüksek seviyede yararlı olmasına olanak sağlanmaktadır (Kokkranikal vd., 2011). Turizmin uzun vadede geliştirilip sürdürülebilmesi için sektörde yer alan tüm paydaşlar tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Ancak tüm paydaşların aynı oranda etkilenmediği ve bazılarının politika yapımı ve uygulanma sürecinde daha etkili olduğu belirtilmektedir (Andriotis vd., 2019). Turizm politikalarının oluşturulmasında özellikle sektörde yer alan öncülerin ağırlığı ön plana çıkabilmekte, bu durumda politikaların oluşturulma sürecini etkilediği düşünülmektedir (Yüksel vd., 2012). Turizm sektörünün çok aktörlü bir sistem olması nedeniyle politikaların oluşturulmasında tüm aktörlerin sürece katılmaları gerekmektedir. Çünkü her aktör sürece kendi çıkar ve beklentisi nedeniyle farklı açılardan yaklaşabilmektedir. Sektörde seyahat acenteleri, turistik ürün üreten işletmeler, rehberler ve konaklama işletmeleri, turizm alanında yatırım yapan yatırımcılar gibi paydaşların yer alması ile turizm sektöründe karmaşık bir yapı oluşmakta ve turizm politikalarının oluşturulma ve uygulanma süreci olumsuz etkilenabilmektedir.

Kamu politikası, devlet yönetimi altında yer alan kamu ile ilgili verilen bütün kararları içeren bir kavramdır. Kamu politikasının birer alt başlığı olarak uluslararası politika, sosyal politika, sağlık politikası, eğitim politikası, turizm politikası sayılabilmektedir. Bu politikalar akademik araştırmalarda genel başlık olarak kamu politikası alanında yer alan çalışmalar (Göçoğlu, 2014).

### **1.3.1. Kavramsal Açından Turizm**

Dünya Turizm Örgütü turizmi, kişilerin normal dönemde yaşamlarını sürdürdükleri yer haricinde bir bölgede, bir senelik süreyi geçmemek üzere boş vakitlerini değerlendirme, çalışma ile öteki amaçlar için gerçekleştirdikleri seyahat ve konaklama faaliyetleri olarak tanımlamaktadır (Dhiman, 2017). Weaver ve Lawton (2014) yaptıkları çalışmada turizmi paydaş çerçevesinde ele alarak şu şekilde açıklamaktadır:

*“Turizm, ziyaretçileri etkilemede, taşımada, misafir etmede ve turistlerin ve diğer ziyaretçilerin yönetiminde yer alan çevre, ev sahibi topluluklar, hükümetler, turizm hizmeti sağlayanlar ve turistler arasındaki ilişki ve etkileşimden doğan çıktı, aktivite ve süreçlerin toplamıdır”.*

Turizm kavramının anlamı; ekonomi ve teknoloji gibi çeşitli alanlarda da yapılabilmektedir. Ancak turizmin daha geniş bir alanı kapsamaktadır. Turizmin kapsamı bir yandan seyahat kategorisine girenler bakımından ele alınırken, öte

yandan onlara hizmet eden paydaşlar tarafından ele alınmaktadır. Turizm bu nedenle çok unsurlu bir yapı şeklinde karşımıza gelmekte ve bu niteliğiyle turizmin pozitif veya negatif neticeleri pek çok unsurda etkili olabilmektedir. Turizmin bu karmaşık yapısını yönetebilmek, ulusal ve uluslararası ziyaretçileri ve hizmet sağlayıcıları tamamen memnun edebilmek için turizm politikalarının oluşturulması gerekmektedir (Leiper, 2004).

### **1.3.2. Turizmin Amacı ve Önemi**

Turizmin diğer sektörlerle yakın bağları, emek yoğun sektör, müşteri memnuniyetine verilen önem ve o dönemde verilen hizmetlerin parasal değerini koruma gibi nitelikleri, ekonomideki diğer sektörlerle karşılaştırılabilir olması arasındaki farkın bir ölçüsü olarak yer almaktadır. Müşteriler, turizm yararına ilgili ülkeye seyahat etmekte ve ilgili ülkeden hizmet görmektedir. Bir turist bu ülkeyi ziyaret ettiğinde aldığı hizmetlere karşılık nakit para ile ödeme yapmaktadır. Bu yüzden turizm yatırımı diğer sektörlerde göre daha kısa sürede kendini amorti edebilmektedir. Turizm; terörden, savaşıardan, doğal afetlerden, teknolojik gelişmelerden, ekonomik krizlerden etkilenmekte ve dinamik bir özellik taşımaktadır. Bu gelişmeler, söz konusu ülke ve destinasyona yapılacak olan turistik gezilerde turistlere yol gösterici niteliktedir (Arabacı, 2018). Güzel doğası, zengin tarihi ve kültürel mirası olan bir ülke, turizm yoluyla döviz girişini çekerek ve yeni istihdam olanakları yaratarak ekonomik büyümeye aktif olarak katkıda bulunmaktadır. Gelişmek, büyümek isteyen ve yeterli sermayeye sahip olmayan ülkeler, mali açıklarını turizmden elde edecekleri dövizle giderebilmektedir. Bu yüzden ülkenin temel politikalarından biri olarak turizm sektörünün geliştirilmesi gösterilebilmektedir (Topallı, 2015).

Turizmin istihdam sağlamaı, ödemeler dengesine olumlu katkı sağlamaı, milli gelirin artırılması, ithalatı ve ihracatın üzerinde birçok olumlu etkisi olan kavramdır. Özellikle ithalat ve ihracat için gereken döviz gereksinimi ve istihdamla birlikte ekonomik getiri sağlayarak ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Turizm aktiviteleri ile kazanılan dövizin, ülkenin ekonomik büyümesi üzerinde olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Turizm, potansiyeli olan ülkeler için ekonomik kalkınmayı teşvik edecek önemli bir alandır. Bu sebeple turizm potansiyeli olan ülkeler bu fırsatı değerlendirmekte ve bunu sürdürmek için farklı politikalar belirlenmektedir (Arabacı, 2018).

Turizmin gelişiminde gereken tedbirlerin alınmasında ve uygulanmasında dış etkenler de rol oynayabilmektedir. Farklı salgın hastalıklar, savaşlar, terör saldırıları, ekonomik krizler ve diğer etkenler turizmin sürdürülebilirliğini olumsuz şekilde etkilemektedir. Seyahate çıkmadan önce gezginler gidilecek ülkenin turistik

yerlerine, doğal ve tarihi güzellikleri ile bu faktörlere göre fikir üretmektedir. Turizmin bir ülke ekonomisine olan katkısı turistlerin o ülkeye ya da bölgeye gelmesi ve harcamaları neticesinde o ülke ya da bölgenin toplam gelir ve zenginliğinde oluşan artışa göre anlaşılabilir. Bölgeler arasındaki gelişmişlik farkları da gelir ve refah seviyelerindeki artışa göre azalmaktadır. Bu sebeple turizm, ülkelerin bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmak ve bölgesel gelir dağılımındaki eşitsizlikleri ortadan kaldırmak için sıklıkla başvurulan bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır (Unur, 2004).

Turizm; ticaret, sağlık, bankacılık, yeme-içme, ulaşım, konaklama ve inşaat gibi sektörlerle ilişkili olduğu için bu sektörleri de doğrudan etkileyebilmektedir. Bu sektörler turizm için gerekli girdileri sağlamaktadır. Turizmin temeli olarak nitelendirilen taşımacılık, ülke içinde ulaşım sağlayan firmaların büyük kazançlar elde etmelerini sağlamaktadır. Turistik tesislerin inşası, bir inşaat sektörü gerektirdiğinden bu turizmin sektörü, inşaat sektörüne de fayda oluşturmaktadır. Tesisi yapan yatırımcı bankadan yüklü miktarda borçlanabilmekte ve bankanın ayakta kalmasında rol oynayabilmektedir (Bahar ve Bozkurt, 2010).

Turizmin gelişmesi ve turizm talebindeki artışın, işgücü ihtiyacının artmasına neden olabilmektedir. Turizmin istihdam etkisi de bu gelişmeye bağlı oluşabilmektedir. Ayrıca bir ülkeyi turizm amaçlı ziyaret eden turistlerin yaptığı harcamalar gelir sağlamak ve bu gelir ülkenin milli gelirine olumlu etkide bulunmaktadır. Turizmin ülke ekonomisindeki değerini algılamak için turizm gelirlerinin milli gelir içerisindeki yerinin incelenmesi gerekmektedir. Turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıla üzerindeki etkisi, turistlerin gidilen ülkelerdeki harcamaları ile turizm mal ve hizmetlerinin sağlanmasına dair harcamaları arasındaki fark, turizm gelirlerinin gayrisafi millî hasılaya katkısını göstermektedir. Gayrisafi millî hasıla içindeki turizm kaynaklı gelir arttıkça diğer sektörler de bu artıştan etkilenebilecektir (Zengin, 2010).

Turizm kaynaklı döviz hareketlerinin ülke ekonomisi için önemi ödemeler dengesindeki konumu ile ölçülebilmektedir. Döviz hareketleri bir ülkenin ödemeler dengesini etkilemektedir. Zira hedef ülkenin döviz talebi, hedef ülkenin döviz arzını arttırmada rol oynamaktadır. Bu özelliğinden dolayı turizm gelirleri, döviz konusunda sorunları olan ve uluslararası ödemeler dengesinde açığı olan ülkeler için çok önemli bir döviz geliri kaynağı haline gelmiştir. Bir ülkenin döviz zararları ya da döviz kazançları, ülke ekonomisinin bilançosunu meydana getirmektedir. Bu durum da turizmin ekonomi üzerinde olumlu bir etkisinin bulunduğunu göstermektedir (Kar vd., 2004).

Turizm, çeşitli etnik ve toplumsal niteliklere sahip toplumlar arasında etkileşimleri sağlamaktadır. Bu etkileşim toplumsal düzende de birtakım

değişikliklere yol açabilmektedir. Turizm faaliyetleri yalnızca ekonomik bir olgu olmamakla birlikte kültürel, politik, çevresel ve toplumsal boyutları olan, toplumsal yapıları ve toplumları etkileyen bir olgu olarak nitelendirilebilir. Bu nedenle, turizmin potansiyel etkileri analiz edilirken sadece ekonomik bir bakış açısını değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir bakış açısını da dikkate almak önemlidir. Turizm sektörü ile ilgili olarak sosyal çevresel etkiler büyük önem taşımaktadır. Hayat stilleri, gelenek ve görenekler, değer yargıları, demografik ve kültürel nitelikler bir toplumun sosyal yapısını meydana getirmektedir. Bu sosyal yapıya uyum sağlayamayan ve kabul edilemez olaylar turizm etkinliğini sona erdirebilmektedir (Civelek, 2010).

### **1.3.3. Turizm Sorunları**

Turizmin olumlu ve olumsuz sonuçlarından ilk etkilenen kesim yöre halkıdır. Turizm faaliyetlerine yönelik yerel destekler, bölgede turizmin ekolojik, sosyal ve ekonomik etkilerine göre tasarlanmaktadır. Bu etkiler olumlu olduğunda turizme yönelik halk desteği artmakta olumsuz olduğunda da destek azalmaktadır. Turizmin yöre halkının hayat standardı üzerindeki etkisi bu nedenle sürdürülebilir turizm gelişimi için önemli bir konudur (Türker vd.,2016).

Bir ülkeyi turizm faaliyetleri için ziyaret eden turistlerin yöre halkının toplumsal yapısı üzerindeki olumlu etkisinin yanı sıra birtakım negatif etkileri de bulunmaktadır. Bu bağlamda bilim insanları toplum, aile ve bireyler ile ilgili birtakım çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu çalışmalar sonucunda pek çok negatif etkinin olduğu görülmektedir. Bu olumsuz etkilerin bazıları şu şekilde sıralanabilir (Kozak vd., 2013):

- Yerel halkın inanç yapısı ve değerlerindeki değişimler,
- Yerel halkın yaşam tarzlarındaki değişimler,
- Yabancı dil kullanımı nedeniyle dilsel yabancılaşmanın artması,
- Mimari estetikten yoksun olunması, bina sayısının artması, sanatsal değeri olmayan eserlerin yaratılması,
- Yerel sakinler arasındaki bağlantılarda ekonomik menfaatlerin oluşması,
- Birtakım ahlaki değerlerin zayıflaması,
- Turistik bir bölgeye seyahat eden turistlerin o bölgenin hayat standardına, geleneklerine, adetlerine ve kültürel değerlerine aykırı davranmasıyla oluşan kültürel çatışmalar.

Turizmde en önemli faktörlerden birisi fiziksel güzellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Gezginler fiziksel güzelliğe sahip olan bölgelere daha fazla ilgi göstermektedir. Fiziki güzellik kavramı, ülkeye ait göller, denizler, tabiat parkları, dağlar ve tarihi eserler vs. unsurlardır. Bu fiziki çevrenin korunması ve gelecek



nesillere taşınması, turizm faaliyetlerinin gerçekleşebilmesini sağlamaktadır. Turizmin günümüzde kaçınılmaz olarak bazı çevre sorunlarına yol açtığı bilinmektedir. Bu sorunlardan bazıları hava kirliliği, gürültü kirliliği ve deniz kirliliği olarak örneklendirilebilir. Bu durum gerekli önlemler alınmadığı takdirde doğa ile ekosistem arasındaki dengeyi zedeleyerek birtakım sorunlara yol açabilmektedir (Türker vd., 2016). Turizm faaliyetlerinin oluşturduğu diğer olumsuz etkiler şu şekilde sıralanmaktadır (Kozak vd., 2013):

- Turizmin gelişimi, daha yüksek ithalat oranlarına, yani döviz kayıplarına yol açabilen teknoloji yatırımı gerektirebilmektedir.
- Turistlerin bulunduğu bölgelerde yerel enflasyon oranları daha yüksektir. Turistlerin alım gücünün yüksek olması nedeniyle turizm bölgede fiyat artışlarının yaşanması kaçınılmaz bir durumdur. Artan fiyatlar arsa ve emlak satışlarında da görülebilmektedir. Bu durum bölgedeki konut kiralalarının artmasında da etkili olabilmektedir. Bu da yerel halkın satın alma gücünü azaltmaktadır.
- Yaz sezonunda artan turist sayısı bu dönemde işgücü ihtiyacını yükseltmektedir. Sezon sonunda işgücünün bir kısmının işine son verilmekte, bu durum da mevsimsel işsizliğe yol açmaktadır.
- Yabancı firmaların kendi ülkelerinden işgücü getirmeleri, kullandıkları teknik elemanları ithal etmeleri ve kazançlarını da kendi ülkelerine aktarmaları yatırım yapılan ülkenin ekonomisini olumsuz etkilemektedir.
- Turizm yoluyla ülkeye çok fazla döviz girişi, ödemeler dengesi fazlasını yaratabilmekte ve bu durum da enflasyona yol açabilmektedir.

#### **1.3.4. Kavramsal Açıdan Turizm Politikası**

Turizm politikaları turizmin gelişimi için araçlar, yeni hedefler ve fırsatlar sunmaktadır. Arz ve talep hallerinin analiz edilmesi ve turizmin geleceğine ilişkin varsayımlar, turizmi geliştirmek ve daha fazla gelir elde etmek için turizm politikasının öncelikleri olarak gösterilmektedir. Turizm politikası, turizmin istikrarlı gelişimi ve bu gelişimin sürdürülebilirliği için devlet amaçlarının ve tedbirlerinin sistematik olarak planlanması ve uygulanmasıdır (Olalı, 1990). İdarenin, altyapı faaliyetlerini organize etmek, yöre halkını duyarlı hale getirmek ve planlama aşamasına dahil etmek, fiziki çevreye ve toplumsal yapılara hasar vermeden en uyumlu stratejilerle turizm politikasını oluşturmak için her türlü olanak kullanılmaktadır. Turizm politikaları, turizm yatırımı yapılan bölgelerin coğrafi nitelikleri, doğal ve tarihi güzellikleri ile tüm yöre halkının toplumsal ve mali yapısını dikkate almalıdır. İstenen hedeflere ulaşmanın

ve uygulanan politikalarda yüksek derecede verimlilik elde etmenin tek yolunun buradan geçeceği ileri sürülmektedir (Köroğlu, 2013).

### **1.3.5. Turizm Politikasının Önemi**

Turizm politikasının kapsamlı bir mekanizma olmasından dolayı kendi temel hedeflerinin oluşturulmasına gerek duyulmaktadır. Turizm politikasının oluşturulan temel hedefleri e şu şekilde sıralanmaktadır (Olalı, 1990):

- Turizm politikası, turizmin arz ve talep yönlerine yoğunlaşmakta ve hali hazırdaki şartların iyileştirilmesini ele almaktadır.
- Turizm politikası mevcut uygulanan ve tavsiye edilen işlemlerin ya da muhtemel tedbirlerin turizm üzerindeki etkisini incelemektedir.
- Turizmin ilgili alanları geliştirmesi için yeni amaçlar belirlenmekte ve kamu politikasının ortak ilkesi olarak bu amaçlara erişilmesinde kullanılacak araçlar ve fırsatlar sunulmaktadır.

Turizm politikası, ülkedeki turizm gelişiminin genel düzenini sağlamaktadır. Çünkü bu yapının içerisinde kamu sektörüne ve özel sektöre dair işlemlerin turizm politikasının hedeflerine erişmesi beklenmektedir. Böylelikle ülkenin turizm politikasının, ülkenin istihdamına, döviz kazanımına, dezavantajlı grupların gelişimine ve genel ekonomik kalkınmaya katkı sağlaması beklenmektedir (Kokkranikal vd., 2011). Turizm politikasının değeri her destinasyonun uzun süreli seyri ve nereye gitmek istedikleri ile ilişkilendirilmektedir. Bunun yanında, turizm politikasının, aşağıdaki işlevleri yerine getirebilecek paydaşlar arasında bir iş birliği ortamının oluşturulmasını destekleyecek ve yönlendirecek niteliklere sahip olması gerekmektedir (Goeldner ve Ritchie, 2012):

- Turizmdeki paydaşların uyması gereken şartları belirleyen kurallar oluşturmak,
- Ziyaretçilerin onaylayacağı davranış ve faaliyetleri belirlemek,
- Her destinasyondaki tüm paydaşları kapsayan ortak yön ve rehberlik oluşturmak,
- Belirli destinasyon stratejileri ve hedefleri konusunda görüş birliği yaratmak.

Turizm politikasının bir kamu politikası şeklinde kullanılmasında çeşitli yükümlülükler bulunmaktadır. Turizm politikasının bir kamu politikası olarak görülmesinde devlet müdahalesi, politika oluşturma ve uygulama ihtiyacı ile turizm sektörü için hazırlanan teşvikler gibi temel konuların etkisi bulunmaktadır (Güçlü, 2006).

### 1.3.5.1. Turizmin Ekonomiye Katkısı

Turizm, ekonominin bir alt kalemi olarak gelir, ihracat, yurt içi fiyatlar, devlet geliri ve giderleri, döviz kurları, yatırım, bölgeler arası dengeli gelişme, gelir dağılımındaki eşitsizliğin azaltılması, ödemeler dengesi, istihdam vb. hususlarda katkıda bulunmaktadır (Ohlan, 2017). Ayrıca turizmin tarım sektörü üzerinde de etkisi olmaktadır. Turistik bölgelerde turist talebi arttıkça turistlerin yeme-içme gereksinimleri artacak, bundan dolayı çiftçilerin tarım ürünlerine olan talebi yükselecek ve mevcut arazilerin değeri de artacaktır. Turizm operatörlerinin ve turistlerin gıda talebi yerel tarım işçilerinin gelirine olumlu katkı sağlayabileceğinden, turizm yerel düzeyde yoksulluğu azaltmak için potansiyel bir araç şeklinde kullanılabilir (Ünlüöner ve Şahin 2011).

Turizm politikasının sektörle alakalı şekilde niçin gerekli olduğunun ekonomik terimlerle ifade edilmeye ve genel olarak ekonomiye ve istihdama olan katkısını ortaya konulmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi tarafından 2017’de yayımlanan “*Turizm ve Seyahatin Ekonomik Etkisi*” başlıklı rapora göre, 2006 ve 2016 yılları arasında turizmin GSMH’si artmaktadır. 2007 yılında dünya ekonomisinde 2 trilyon dolara yakın turizm maliyetlerinin, 2016’da 2,3 trilyon doları aştığı ve 2027’de 3,5 trilyon dolara ulaşacağı düşünülmektedir (Doğan ve Aslan, 2019).

### 1.3.5.2. Turizmin İstihdama Katkısı

Turizm, sadece ülke gelirine değil, istihdama da olumlu katkı sağlayarak dünya çapında milyonlarca kişiye doğrudan ve dolaylı istihdam sağlamaktadır. Daha fazla emek istihdam sağlayan bir sektör olan turizmde istihdam doğrudan istihdam, dolaylı istihdam, uyarılmış ve istihdam şeklinde üçe ayrılmaktadır (Ünlüöner ve Şahin, 2011). Bu durum Tablo 1.3’te gösterilmektedir.

**Tablo 1.3: Turizmin İstihdama Katkısı**

İstihdam Türleri	Açıklamaları
<b>Doğrudan İstihdam</b>	Seyahat acenteleri, konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri gibi turizmde doğrudan hizmet sağlayıcı olarak gösterilen işletmeler ve bunlara tabii hizmet sunan işletmelerin oluşturdukları istihdamdır.
<b>Dolaylı İstihdam</b>	Turizm işletmelerine mal ya da hizmet sunan tedarikçilerde ya da bu işletmelerin harcamalarıyla gelir elde eden yerlerin oluşturdukları istihdamdır.
<b>Uyarılmış İstihdam</b>	Turizmin sağladığı doğrudan ve dolaylı gelirlerin harcanmasıyla sağlanan ek istihdamdır.

**Kaynak:** (Ünlüöner ve Şahin, 2011).

Turizmin yarattığı üç istihdam şekline bakıldığında, turizmin geniş bir çalışan yelpazesini etkilediği görülmektedir. Bunun yanında tablo 1.4' te belirtildiği üzere turizm, çalışan maaşları, ikramiyeler, devletlere ödenen vergiler, yatırımcılar ve daha pek çok alanda katkı sunmaktadır.

**Tablo 1.4: Turizm Sektöründe Yapılan Harcamalarının Oluşturduğu İstihdam Alanları**

<b>Turistlerin Harcamaları</b>	<b>Turizm Sektörünün Harcamaları</b>	<b>Yarar Sağlayıcılar</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konaklama</li> <li>• Yiyecek</li> <li>• İçecek Uluslararası</li> <li>• Ulaşım</li> <li>• Gezi ve Turlar</li> <li>• Eğlence Hatıra ve Hediyeleşme</li> <li>• Fotoğraf ve Bant</li> <li>• Kişisel Bakım, ilaç ve kozmetik</li> <li>• Giyim</li> <li>• Değişik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maaşlar ve Ücretler</li> <li>• Bahşişler, İkramiyeler</li> <li>• Yerel Vergiler, Gelir Vergiler</li> <li>• Komisyonlar</li> <li>• Müzik ve Eğlence</li> <li>• Yönetimsel ve Genel Harcamalar</li> <li>• Yasal ve Mesleki Hizmetler</li> <li>• Yiyecek İçecek vb. Satın Alımlar</li> <li>• Malzeme ve Üretim Maddeleri Alımı</li> <li>• Tamir Bakım, Onarım, Koruma</li> <li>• Reklam, Tanıtım, yayın, iyileştirme Çalışmaları</li> <li>• Toplu Hizmetler, Su, Gaz, Elektrik,</li> <li>• Çevre vb.</li> <li>• Ulaştırma</li> <li>• Lisanslar, İzin belgeleri</li> <li>• Sigorta primleri</li> <li>• Gayrimenkul ve araç gereç kiralama</li> <li>• Mobilya ve Demirbaş eşyalar</li> <li>• Borçların anapara ve faiz geri ödemeleri</li> <li>• Gelir, kurumlar ve diğer vergiler</li> <li>• Amortisman</li> <li>• Yatırımcılara ve yabancı sermayeye geri dönüş (kar payı ve iştirak hissesi olarak)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muhasebeciler, gayrimenkul yapıcı ve satıcıları, medya yayın evleri, matbaalar</li> <li>• Reklamcılar, sigorta şirketleri</li> <li>• Nalburie dükkanları</li> <li>• Mimarlar, avukatlar, bankalar</li> <li>• Esnaf ve zanaatkarlar</li> <li>• Otomobil acenteleri, danışmanlar</li> <li>• Fırınlar, bakkallar</li> <li>• Plaj yardımcıları, rehberler</li> <li>• Kasaplar, yemekçiler, veznedarlar</li> <li>• Kasiyerler, hayır kurumları, seyahat işletmeleri, finansmancılar, emlakçılar eczaneler baharatçılar</li> <li>• Tezgâhtarlar, sekreterler</li> <li>• Giyim mağazaları, konfeksiyoncular</li> <li>• Kulüpler, barlar, diskolar</li> <li>• Müteahhitler, ressamlar, yöneticiler</li> <li>• Mandıracılar, sütçüler araç gereç satıcıları</li> <li>• Doktorlar, dişçiler, hissedarlar</li> <li>• Büyük mağazalar, toptancılar</li> <li>• Kuru temizlikçiler, sendikalar</li> <li>• Elektrikçiler, mühendisler uzmanlar</li> <li>• Çiftçiler ve balıkçılar, lokantalar</li> <li>• Hamallar, taşıyıcılar,</li> <li>• Oto tamir ve bakımçıları</li> <li>• Bahçıvanlar, boyacılar</li> <li>• Eşya dükkanları, ithalatçılar</li> <li>• Yönetim: eğitim, sağlık, demir, vb.</li> </ul>

**Kaynak:** (Mcintosh ve Gupta, 1980).

Tablo 1.4 incelendiğinde turizm sektöründe yapılan harcamaların oluşturduğu istihdam alanlarının çok geniş etkilerinin olduğu görülmektedir. Bu nedenle turizmin ekonomiye ve istihdama katkısı büyük önem arz etmekte ve turizmin bu ekonomik katkısını kontrol altına alacak şekilde programlanmış politikaların hazırlanmasına gerek duyulmaktadır.

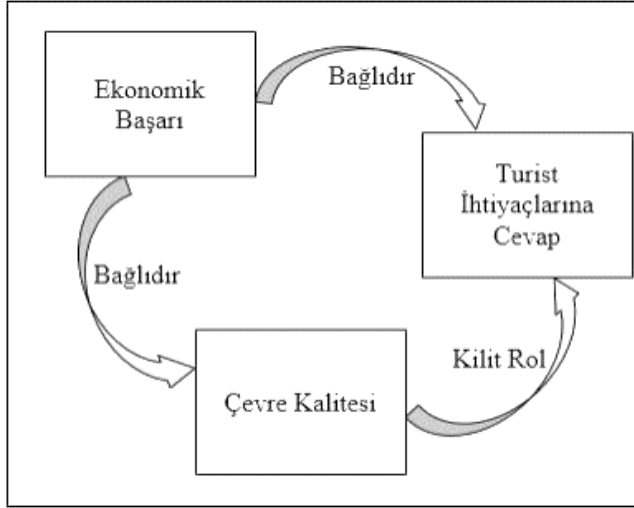
### **1.3.5.3. Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkisi**

Turizmin sosyal ve kültürel etkisi, ahlaki tutumlar, sosyal hayat biçimleri, aile ilişkileri ve değerler gibi konulara yansımaktadır. Bu nedenle sosyal etkiler, farklı gelenek ve kültürlerin etkileşimi ve farklı kültürel özelliklere sahip toplumlar arasında ilişkilerin kurulması yoluyla gerçekleşebilmektedir (Civelek, 2010). Bir başka ifade ile hem turist olarak destinasyonu ziyaret edenler hem de onları destinasyonda karşılayan yöre halkı karşılıklı olarak birbirlerini etkileyebilmektedir. Turistler sadece eğlenmek ve dinlenmek için değil, kendi değerlerini, yaşam tarzlarını veya diğer geleneklerini de ziyaretlerine ekleyebilmektedir. Ancak turistik bölgelerde yaşayan insanların turizmde önemli rol oynadığı düşünülürse yalnızca turistlerin değil otellerin misafirlerine yönelik tutum ve davranışlarının da turizm üzerinde büyük etkisi bulunmaktadır. Bu yüzden turizm yalnızca ekonomik gelir getirmemekte yerel halkın değişen dünyada kültürel risklere karşı kendi kültürlerini sahiplenmesine ve sergilemesine olanak sağlamaktadır (Çetin, 2009).

### **1.3.5.4. Çevresel Etkisi**

Turizm, çok yönlü bir ekonomik faaliyet olarak gösterilmekte ve çevre ile iki yönlü bir etkileşime girmektedir. Bu süreç bir yandan turistlerin eğlenmek ve rahatlamak için ihtiyaç duyduğu doğal ve yapay ürünlerin üretimi için önemli temel unsurları sağlayan çevresel kaynakları içermekte (Briassouus ve Straaten, 2000), diğer yandan, turizm kasıtlı ya da kasıtlı olmayacak şekilde çevreye zarar veren yan ürünleri oluşturabilmektedir. Çevre, yalnızca fiziksel olarak bir yer değil aynı anda turizmin baltalayabileceği sosyal, tarihi, mimari ve kültürel yapılarıdır (Sharpley, 2006). Şekil 1.1'de doğal çevre, ekonomi ve turizm arasındaki etkileşim gösterilmiştir.

**Şekil 1.1:** Doğal Çevre, Ekonomi ve Turizm Arasındaki Etkileşim



**Kaynak:** (Holden, 2016).

Turizmin bir destinasyonun ekonomisinde uzun vadeli etkide bulunması isteniyorsa, o destinasyonda yüksek kaliteli bir çevreye öncelik verilmesi gerekmektedir. Şekil 1.1’ de görüldüğü üzere, turizmin ekonomik başarısı turist memnuniyetine ve çevre kalitesine bağlıdır. Çevresel kalite, turist memnuniyetinin ve gereksinimlerinin karşılanmasında büyük rol oynamaktadır. Bu nedenle turizmin çevreye olumlu katkısı turist sayısının ve turizm gelirin artmasında önemli bir faktör olarak nitelendirilebilir. Turizmin çevre üzerindeki etkisi negatif çevresel etki ve pozitif çevresel etki olarak iki farklı şekilde oluşmaktadır.

#### **1.3.5.4.1. Negatif Çevresel Etki**

Turizm sektörünün, temel unsurları çevre ve insan olarak gösterilmektedir. Turizm, insanın ürettikleriyle doğaya ve çevreye karşı olumsuz etkileri bulunabilmektedir. Bu olumsuz etki ulusal ya küresel seviyede doğaya ve çevreye zarar vermektedir. Örneğin azalan orman örtüsü ve artan karbon emisyonları çevreyi olumsuz etkileyebilmektedir. Ayrıca ticari açıklık, kentsel nüfus ve enerji talebi gibi sorunlardan etkilenebilen uluslararası turizm hareketliliği doğal çevreyi tahrip edebilmektedir (Zaman vd., 2017). Turizmin doğal çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkiler Tablo 1.5’ te yer almaktadır.

**Tablo 1.5: Turizmi Doğal Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri**

Doğal Kaynaklar Üzerinde Baskı	Vahşi Yaşama Verilen Zarar	Kirlilik
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gereksiz enerji tüketimi</li><li>• Su arzı</li><li>• Toprak kullanımı</li><li>• Toprak erozyonu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bitki örtüsünün ezilmesi ve yok edilmesi</li><li>• Orman örtüsünün kaybı</li><li>• Vahşi yaşama verilen rahatsızlık</li><li>• Mercan kayalıklarına verilen zarar</li><li>• Türlerle verilen zarar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hava kirliliği</li><li>• Arıtılmamış atık su</li><li>• Çöp ve katı atık</li><li>• Gürültü kirliliği</li></ul>

**Kaynak:** (Wong, 2004).

Tablo 1.5 incelendiğinde turizm faaliyetlerinin topluca yönetilmemesi halinde havayı, suyu ve doğayı kirleterek doğal kaynaklara, canlı hayvanlara, mevcut bitki örtüsüne, biyolojik çeşitliliğe ve bölgede yaşayan insanlara zarar verebileceği görülmektedir.

#### **1.3.5.4.2. Pozitif Çevresel Etki**

Turizmin çevre üzerindeki olumlu etkilerinin, milli parklar ve vahşi yaşam parkları gibi alanların korunmasında, doğal ve insan yapımı fiziki çevrenin korunup geliştirilmesinde, tarihi ev konumunda olan yapıların korunması ve restorasyonunda görülmektedir (Sharpley, 2006). Ayrıca turizm belediyeler, telekomünikasyon, havaalanları, oteller, villalar ve yerel yollar gibi altyapıların da gelişmesini sağlamaktadır. Bu nedenle turizmin bu tür çevresel etkisi, turizm gelişimini destekleme inancını da güçlendirmektedir (Bertan, 2009). Turizm, çevrenin korunmasına dair alınan birtakım önlemlerle de çevreye pozitif katkı sağlamaktadır (Sunlu, 2003).

### **1.4. TURİZM POLİTİKASININ ÖZELLİKLERİ**

Turizm politikası, dinamik ve kurumsal bir özellik taşımaktadır. Turizm, küresel standartlardaki ve teknolojideki gelişme ile değişimlerden, savaşlardan, doğal afetlerden ve ekonomik krizlerden büyük oranda etkilenmektedir. Bu nedenle turizmin dinamik bir yapıya sahip olduğu ifade edilebilir. Ülkenin durumuna göre turizm politikasını oluşturan, uygulayan ve yöneten sistem bir kamu kurumu olduğundan dolayı da kurumsal nitelik taşımaktadır (Solmaz, 2012). Buna göre belirlenen amaçlara ulaşmak için kullanılacak kaynakların seçilmesinde ve kullanılmasında, alınacak önlemlerin belirlenmesinde izlenecek yollar ve faydalanılacak metotlar, makul ve akılcı ilkelere dayanmaktadır. Kaynakların düzensiz ve savurgan kullanımından beklenen ekonomik kazanımlar, rasyonel

ilkelere dayandırılmadıkça elde edilememektedir. Turizmin karmaşık bir yapıda olmasından dolayı karar verici organlar tarafından oluşturulan turizm politikalarının akıl ve mantık çerçevesinde ülke yararına sonuçlar doğuracak şekilde hazırlanması gerekmektedir (Soyak, 2013).

## 1.5. TURİZM POLİTİKASININ ARAÇLARI

Genel olarak turizm politikasının araçları “otorite”, “turizm planlaması”, “çevre ilişkileri”, “parasal kaynaklar”, “örgüt (organizasyon)”, “koordinasyon”, “esneklik”, “denge”, “insan” ve “kontrol” olarak sıralanmaktadır (Olalı ve Timur, 1988).

Turizm planlaması, turizm politikalarının en önemli araçlarından birisidir. Turizm planlaması belirli bir dönem içerisinde turizm sektöründe gelişmelerin yaşanması için hedeflerin belirlenmesi, belirlenen hedeflere ulaşmak amacı ile kullanılan araçların, ekonomik ve fiziksel imkanların ne kadar süre içerisinde kimler tarafından ne şekilde kullanılacağına tespit edilmesi konusunda yardımcı olmaktadır (Sezgin, 2001). Turizm politikalarının yürütülmesini sağlayan, özel, resmi ve yarı resmi kuruluşların turizme yönelik faaliyetlerini yönlendiren ve mevzuat çalışmalarını düzenleyen kuruluşlar turizm örgütü olarak karşımıza çıkmaktadır (Usta, 2008).

Turizm politikalarının önemli araçlardan biri parasal kaynaklardır. Yeterli mali kaynaklar hazırlanmadan politikaların hazırlanması, uygulanması ve bu uygulamalardan olumlu neticelerin beklenmemesi mümkün değildir (Olalı ve Timur, 1988). Kamu yöneticilerinin turizm politikalarının uygulanması amacıyla elinde bulundurduğu güç otorite kavramı olarak ifade edilebilir. Turizm politikalarının etkili bir biçimde hazırlanıp uygulanabilmesi için turizm sektöründe bulunan tüm kurumlar arasında iş birliği ve koordinasyonun oluşturulması gerekmektedir (Sezgin, 2001). Turizm faaliyetleri gerekli iş birliği ve koordinasyon sağlanmadığı durumlarda etkinliklerini kaybederek bölge ve ülke ekonomisinde, turizm kaynaklı olarak sorunlar yaşanabileceği düşünülebilmektedir.

Esneklik, turizm politikalarının hazırlanma ve uygulanması sürecinde karar verici olan aktörlerin karar alma, bu kararları uygulama ve alınan kararların değiştirilmesi konularında sahip oldukları imkânları belirtmektedir. Çevre ise, turistik faaliyetlere kaynaklık etmesi sebebi ile turizmin temel araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyo-kültürel, tarihi ve çevresel alanların korunup geliştirilmesinin sağlanması ile sürdürülebilir turizmin temel hedefleri oluşturulmaktadır (Mercan, 2010).

Turizm politikalarının dengeli olması hem arz ve talep ilişkilerinde hem de altyapı ve üstyapı arasındaki konularda dengenin sağlanmasıdır. Turizm sektöründeki altyapı yatırımları çoğunlukla kamu kurumları tarafından, üstyapı yatırımlarının ise



özel sektör kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Bu yatırımların birbirine bağlı olması, birbirini tamamlaması ve aralarında bir dengeyin oluşturulması turizm politikalarının başarıya ulaşabilmelerinde önemli bir etkidir (Karaman, 1997).

İnsan unsuru, bir hizmet sektörü olması sebebiyle turizm sektörünün temelini oluşturmaktadır. Turistlerin talep ve ihtiyaçlarının karşılanmasında kalite, fiyat, zaman ve hız gibi birçok etken ortaya çıkmaktadır. Bu etkenlere bağlı olarak da verilen hizmetin kalitesinin, hizmet veren kişinin eğitimine, niteliğine ve kalitesine paralel şekilde oluşması gerekmektedir. Bu sebeple turizm sektörünün geliştirilmesinde bilinçli, eğitilmiş ve nitelikli insanların yetiştirilmesine yönelik politikaların oluşturulması gerekmektedir (Olalı ve Timur, 1988). Hazırlanan ve uygulanan turizm politikalarının denetlenmesi amaçlara ulaşılması, varsa sorunların sebeplerinin ve çözümlerinin araştırılması ile yenilik ve gelişmelerin takip edilebilmesi etkili bir araç olarak nitelendirilebilir (Olalı, 1990).

Turizm politikaların hazırlanması ve hayata geçirilmesinde insan faktörünün önemine dayanarak teknolojik ilerlemelerin ve iletişim araçlarının da etkili bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Bu konuda tanıtım ve reklam faaliyetlerinde dijital platformlara çağın bir gereği olarak ağırlık verilmesi gerekmektedir. Fakat bu teknoloji kullanımında insan faktörü, etkililik, şeffaflık, verimlilik, sürdürülebilirlik, çevreye duyarlılık, enerji ve denetlenebilirlik unsurlarının da esas alınması gerekmektedir. Kamu yönetimi bakımından gelinen son nokta “*Toplum 5.0*” paradigmasında insan odaklı planlamalar, stratejiler, politika ve uygulamalar ile yönetim araçlarının kullanımını karşımıza çıkarmaktadır. Akıllı cihazların kullanımı ile yönetim hizmetlerinin gerek politika sürecinde gerekse uygulama sürecinde bütün paydaşlar ile etkili bir şekilde sunulması gerekmektedir (Yılmaz ve Mecek, 2021).

Turizm sektöründe yönetim ve politika oluşturma süreçlerinin dışında da teknoloji kullanımının yaygınlaştırılması, hizmetlerin sunulması, tanıtım ve değerlendirme süreçlerinde akıllı turizm yaklaşımının benimsenmesi gerekmektedir. Günümüzde, dijital olanakların ve akıllı uygulamaların turizm sektöründe yer alan ağırlama ve konaklama işletmelerinden seyahat, rekreasyon, eğlence ve yiyecek-icecek işletmelerine kadar birçok işletmede yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Özellikle bulut teknolojisi, nesnelerin interneti, sosyal medya araçları ve yapay zekâ uygulamaları ile müşteri ilişkileri yönetiminin tekrar şekillendirildiği, pazarlama araçlarının ve kalite standartlarının daha etkili bir hale dönüştürüldüğü görülmektedir (Kısa vd., 2021).

Turizm politikası ile ilgili yapılan diğer çalışmalarda yer alan turizm politikası araçları ise şu şekilde sıralanabilir (Aytüre, 2013):

- Turizmin ekonomik, toplumsal, politik, psikolojik ve çevresel boyutları dikkate alınarak yıkıcı etkilerini önlemek için gereken tedbirler belirlenmelidir.
- Turizme yönelik arz ve talep dengesi sağlanmalıdır.
- Turizm, tutarlı bir biçimde ulusal bir politika olarak değerlendirilmeli, her fikir ve modellere bağlı olarak çeşitli politikaların uygulandığı bir konu olmamalıdır.

Başarılı bir turizm politikası, turizm yasalarına uyumu sağlamak için hükümet yetkililerinin varlığına ve organizasyonların ve bireylerin etkin yönetimine bağlı olmalıdır.

## **1.6. TURİZM POLİTİKASININ HEDEFLERİ**

İç turizm ve dış turizmin gelişmesini sağlamak, turizmde yüksek gelir kazanmak, ülkenin mali gelişimini ve kalkınmasını olumlu yönde etkilemek, turizm politikasında esas hedef olarak yer almaktadır. Bunun yanında turizmin başlıca hedefleri şu şekilde sıralanmaktadır (Tuncel, 2019):

- Ülkenin mali yapısında tam istihdamın sağlanmasına katkıda bulunmak,
- Fiyat istikrarının sağlanmasında yardımcı olmak,
- Dış ödemeler dengesi konusunda pozitif bir şekilde katkı sağlamak,
- Turizmin toplumsal işlevlerinden toplum bireylerini faydalandırmak,
- Gelir dağılımındaki eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasını sağlamak,
- Kültürel, tarihi ve doğal kaynakları muhafaza etmek,
- Bölgeler arasındaki gelişmişlik düzeylerindeki ayrımı en aza indirmek,
- Ekonomik ürün çeşitliliğini sağlamak.

Belirtilen hedeflerde görüldüğü üzere turizm, ekonomik kalkınmaya en büyük katkıyı sağlayan sektörlerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm, bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesi yoluyla ulusal kalkınmanın sağlanması için her ülkenin başvurduğu önemli bir sektördür. Turizm, ülkelerin işsizliği azaltmak ve döviz sıkıntısını gidermek için bir çıkış yolu olarak da değerlendirilmektedir. Turizm potansiyelinin sürdürülebilir olması ve ekonomik kazancın devamlılık sağlaması için ülkelerin turizm faaliyetleri sırasında doğal kaynaklarının tahribatını önlemesi büyük önem arz etmektedir (Aytüre, 2013).

## 1.7. TURİZM POLİTİKASININ AKTÖRLERİ

Bu başlık altında turizm politikalarını etkileyen resmi ve gayri resmi aktörler anlatılmaktadır.

### 1.7.1. Resmi Aktörler

Devletler, herhangi bir kamu politikası üzerinde, her yerde aynı yasama, yürütme, yargı veya bürokratik yapılara sahip olamamaktadır. Bu nedenle turizm politikasının formasyonu ülkeden ülkeye değişebilmektedir. Fakat her şeyden önce, devletler, turizm politikasının tasarlanmasında ve uygulanmasında etkin bir rol oynamaktadır. Meclis, hükümet ve turizm bakanlıkları gibi paydaşlar bu süreç içerisindeki en önemli aktörler olarak yer almaktadır (Dredge ve Lawrence, 2007).

Turizm politikasında pek çok farklı aktör olduğundan, resmi ve gayri resmi aktörlerin ve devletlerin sürece dahil olması esastır. Bu nedenle turizm faaliyetlerini sürdürürken resmi ve gayri resmi aktörlerin birlikte çalışmasına ihtiyaç duyulmaktadır. İş birliği, sürdürülebilir turizmin büyümesine katkı sağlamamaktadır. Turizmde resmi aktörlerin, çatışma ve sorunların çözümünde, kapasite geliştirmede kullanılmaktadır (Bramwell ve Lane, 1999). Kamu-özel sektör iş birliğinin, bilhassa turist gereksinimlerinin turisti memnun edebilecek ürünlerle karşılanması ve turistik alanlarda iş birliğinin güçlendirilmesi için turizmin geliştirilmesinde stratejik bir araç şeklinde kullanılması gerekmektedir. Politika uygulamasındaki bu iş birliğinden özel sektörün sorumlu olması gibi, devletlerin de turizme dair belirlenen aşamalarda, yasama, düzenleme ve uygulama sürecinde etkili rolleri bulunmaktadır (Pons-Morera vd., 2018).

Mali ve toplumsal hususlar, devletlerin turizm politikasına katılmak istemelerinin önemli sebepleri olarak gösterilmektedir. Bunlara ek olarak, devletin bilhassa turizm politikasına eklenmesinin sebepleri şu şekilde gösterilebilir (Hall, 2005):

- Kamu Yararı
- Teşvik Etme
- Yasama ve Düzenleme
- Planlama
- Tanıtma
- Sosyal Turizm
- Koordinasyon
- Girişimcilik

### 1.7.2. Gayri Resmi Aktörler

Kamu politikası oluşturma sürecinde gayri resmi aktörler arasında yer alan baskı grupları, siyasi partiler, medya ve diğer yapılar, bu konuda da aynı rolü

üstlenmektedir. Fakat bu aktörlerin haricinde turizm sektöründe çeşitli örgütlenmeler bulunmaktadır. Turizm politikasında etkisi bulunan gayri resmi aktörler şu şekilde belirtilebilmektedir (Ağbay, 2019):

**Uluslararası Düzeyde:**

- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi,
- Çevresel Örgütler,
- Sosyal Örgütler.

**Ulusal Düzeyde:**

- Turizm Sendikaları,
- Turizm Endüstri Birlikleri,
- Turizm Firmaları,
- Turizm Ticaret Birlikleri
- 

**Yerel Düzeyde:**

- Vergi mesulleri
- Bölgesel turizm birlikleri,
- Ticaret odaları,

Ulusal düzeyde turizm politikasını etkileyebilecek aktörler; seyahat acenteleri, konaklama sağlayıcıları, profesyonel turist rehberleri dernekleri veya turizm-proaktif sendikalar şeklinde de sıralanmaktadır (Ağbay ve Karakılçık, 2020).

## **1.8. TURİZM POLİTİKALARININ OLUŞTURULMA SÜRECİ**

Bu başlık altında turizm politikalarının oluşturulma süreci hakkında bilgi verilmektedir.

### **1.8.1. Turistik Talebin Planlanması**

Turizm talebini etkileyen etkenler arasında çevresel, reklam ve tanıtım, mali ve toplumsal etkenler yer almaktadır. Doğal çevre ile turizm arasında doğrudan bir etkileşim bulunmaktadır. Doğal çevrenin kalitesi ve çeşitliliğinin turizmin gelişimi üzerinde doğrudan etkisi bulunmaktadır. Turistik reklam ve tanıtım faaliyetleri, turistlerin turizm talebini etkileyen bir diğer faktörler arasındadır. Hazırlanan reklam ve promosyonlar turistleri çekebilme ve onları teşvik edebilmektedir. Ekonomik etkenler de turizm talebini üçüncü derecede etkilemektedir (Can, 2015). İnsanlar gelir düzeylerine ve birikimlerine göre harcama yapma eğilimindedir. Sosyal faktörler ise turizm talebini dördüncü seviyede etkilemektedir. Şehir yaşamının olumsuz

etkilerinden uzaklaşmayı isteyenler, dinlenmek ve yeni yerler keşfetmek için kısa ya da uzun turizm gezilerine çıkmaktadır. Yine de insanlar bu gezileri yaparken alışık oldukları konfor ve standartları ulaşım şekillerinde ve ziyaret ettikleri tesislerde görmeyi arzulamaktadır (Kılıç ve Demir, 2017).

### **1.8.2. Turistik Ürün Arzının Planlanması**

Turizm arzı, ülkenin tarihi, kültürel ve coğrafi çekicilikleri, iklim, altyapı ve üstyapı koşullarından etkilenmektedir. Bilhassa tarihi yerlerin pek çok turistin ilgisini çekmekte ve günümüzde bu tür tarihi değerleri bulunan ülkelere kültür gezilerin düzenlenmektedir. Bu değerleri olmayan ülkeler de diğer ülkelerle rekabete geçebilmek için yapay kültürel yapılar oluşturarak turist çekmeyi amaçlamaktadır. Coğrafi çekicilikler ve iklimsel etkenler, insanların katkısı veya çabası olmadan doğal olarak bu ülkenin doğal güzelliği içinde yer almaktadır (Bardakoğlu, 2011). Burada bahsedilen altyapı hizmetleri; ziyaret edilen ülkenin ulaşım ağlarının ve hizmetlerinin gelişmiş olması, konfor, güvenlik ve yeterli ulaşım araçlarının olması, sağlık ve kalite standartlarında konaklama ve yeme-içme tesislerinin bulunması olarak tanımlanmaktadır. Üst yapı hizmetleri ise; turistik tesisler olup, öncelikli olarak konaklama, yeme-içme, eğlence gibi turizm ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik tesisleri içermektedir (Oktayer ve Susam, 2007).

### **1.8.3. Turistik Ürün Fiyatının Planlanması**

Turistik ürün ve hizmetlerinin fiyatlarının belirlenmesinde, beklenen hedeflerin düzenlenmesinin ardından bu hedeflere erişmek için uygun fiyatlama politikaları etkili olmaktadır. Fiyatlandırma politikaları, turizm ürününün yaşam döngüsüne uyan ve indirimlere odaklanan esnek, makro düzeyde kademeli politikalar şeklini alabilmektedir. Turizm mal ve hizmetlerine ilişkin fiyatlar çoğunlukla maliyetlere ve büyük işletmelerin geçim kaynaklarına göre veya bu etkenlerle beraber rekabet koşullarını dikkate alarak belirlenmektedir (Mercan, 2010). Fiyat, turist talebini etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. İşletmelerin zaman kazanmak için fiyatlandırma politikaları oluşturmak yerine uzun vadeli fayda sağlayacak fiyatlandırma politikaları belirlemesi ve uygulaması gerekmektedir. Ayrıca piyasa koşulları da fiyat politikasını etkileyebilmektedir (Bardakoğlu, 2011).

### **1.8.4. Yatırım ve Finansmanın Planlanması**

Turizm yatırımları için gereksinim hissedilen likiditeyi ve bu gereksinimleri giderecek kaynakları belirleme, yatırımları zamanında tamamlama için büyük önem arz etmektedir. Zira turizm yatırımını ve turizm gelişimini etkileyen en önemli etkenlerden birisi olarak finansal kaynakları gösterilmektedir. Turizm yatırımları için

kullanılan finansal kaynakları dört ana kaynaktan gelmekte olup bu kaynaklar şu şekilde sıralanmaktadır (Batuhan, 2018):

- Özkaynaklar,
- Alınan krediler,
- Dış sermaye fonları,
- Kamu fonları.

Bölgenin turizm potansiyeli, yatırım ve finansman kararlarında önemli rol oynamaktadır. Gerçekleştirilen yatırımların boşa gitmemesi için uzun vadeli stratejik fayda sağlayan politikaların devreye alınması gerekmektedir. Devletin finansal kaynak olarak sağladığı turizm teşvikleri de yatırımın gerçekleşmesi için önemlidir. Teşvikler yalnızca parasal değil, aynı zamanda yabancı sermayenin ülkeye yatırım yapmasını kolaylaştıran vergi kredileri ve kanunlar şeklinde de olabilmektedir (Bardakoğlu, 2011).

#### **1.8.5.İşgücünün Planlanması**

Seyahat edenlerin memnuniyeti için ulaşım da dahil olmak üzere seyahat sırasında sunulan her türlü mal ve hizmet bütünüünün büyük bir kısmını turizm sektöründe çalışanlar oluşturmaktadır. Tesis ne kadar modern ve pahalı olursa olsun müşteri memnuniyetinin temelini hizmeti veren kişilerin memnuniyeti oluşturmaktadır. Maddi yatırımları değerli kılan ve istenen getirilerin sağlanmasına katkıda bulunan turizm hizmetlerinin temel unsurunu insan unsuru oluşturmaktadır. Turizm, ülkeleri ve bölgeleri geliştirerek orada yaşayan insanlara yerel istihdam olanakları sağlamakta ve bölge refahlarına olumlu katkıda bulunmaktadır (Pelit ve Çetin, 2020).

#### **1.8.6.Tanıtım ve Reklam Planlaması**

Ülkeler, uluslararası küresel turizm pazarında talep görebildikleri ölçüde turizmden yararlanabilmektedir. Bir ülkeye talep çekmek sistematik iletişim, reklam ve pazarlama çabalarını gerektirmektedir. Turizm sektörünün istikrarlı ve sistemli bir biçimde gelişim göstermesi için her ülkenin turizm tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini önemsemesi gerekmektedir. Bu yüzden ulusal ve uluslararası saygın, itibarlı bir reklam ve pazarlama organizasyon modelinin oluşturulması ve uygulanması gerekmektedir (Yavuz ve Karabağ, 2009).

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2010 YILI SONRASINDA ALANYA'DA TURİZM VE TURİZM POLİTİKALARI

#### 2.1. ALANYA'DA TURİZM

Alanya ilçesi Tarsus ile birlikte 1571 yılında Kıbrıs eyaletine bağlı iken 1864 yılına gelindiğinde Konya vilayetine bağlı bir sancak olmuştur. Sancak, 1868 yılında Antalya'ya bağlanmış 1871 yılında ise bu ilin bir ilçesi statüsüne getirilmiştir (Alanya Belediyesi, 2024). Alanya şehri, Antalya şehir merkezine 135 km. mesafede yer almakta olup, 36°30'07" ve 36°36'31" kuzey enlemleri ile 31°38'40" ve 32°32'02" doğu boylamları arasında 1.879 km<sup>2</sup>'lik bir alanda yer almaktadır (Özkan, 2005). Şehrin doğusunda Gazipaşa, batısında Manavgat ve Gündoğmuş ilçeleri yer almaktadır. Şehir, 1545 km<sup>2</sup>'lik bir yüz ölçümüne sahiptir. Ancak bu alanda ova denilebilecek büyük bir düzlüğü bulunmamaktadır. Şehir 75 km. kıyı uzunluğuna sahip olup kıyı kesiminin büyük kısmı tabii plaj ve kumsallarla çevrilidir. Bu durumun Alanya'nın turizm içindeki yerinin belirlenmesindeki temel unsurlardan birisidir.

Alanya Akdeniz'e kıyısı olan ve doğu batı yönünde uzanan büyük bir sahil şeridine sahip bir şehirdir. Bölgede turizm sektörünün hareketlenmesinin 1950'li yıllarda başladığı bilinmektedir. Şehirde yer alan Damlataş Mağarası'nın bu tarihlerde tesadüfen keşfedilmesi ve solunum yolu hastalıklarının tedavisine olumlu katkılarının olmasının fark edilmesiyle birlikte bölgeye önce yerel halkın, ardından Alman turistlerin turizm amacıyla gelmesi sağlanmıştır. Bölgenin deniz, güneş, kum ve diğer doğal güzellikleri nedeniyle turizm hareketliliği 1960'lı yıllarda gelişmeye başlamıştır. 1970'li yıllarda şehre gelen turistlerin konaklayacakları yeterli miktarda pansiyon ve oteli olmadığı için yerel halkın evlerinde kalmasıyla birlikte ev pansiyonculuğu kavramı oluşmaya başlamıştır (Kocaman, 2012). 1990'lı yıllara gelindiğinde ise bölgede yer alan yoğun İskandinav turistlerin talebi doğrultusunda şehirde bulunan âtil durumdaki konutlarda düzenleme, tadilat yapılmış ve bu konutlar apart otel konseptine uygun hale getirilmiştir (Doğan vd., 2010). Bölgede turistik hareketliliğin başlamasıyla birlikte bir insan hareketi de oluşmuş ve zaman içerisinde küçük bir yerleşim yerinden yoğun nüfusa sahip bir şehir haline gelmiştir (Duman, 2021).

Alanya'nın doğu ve batı bölgeleri 1982 tarihinde yayınlanan Turizm Teşvik Kanunu ile turizm bölgesi olarak sınıflandırılmıştır. Bu gelişmenin ardından, bölgedeki turistik tesislerin yatırımları hızlanmış, kalabalık turist grupları şehre gelmeye başlamıştır. Bu gelişme ile Alanya, ülkemizde kitle turizminin yapıldığı ilk destinasyon haline gelmiştir (ALTSO, 2021). Turizm Teşvik Kanunu'nun

yürürlüğe girmesinden sonra turizm sektöründe devlet desteğinin sağlanmasıyla birlikte yerli ve yabancı yatırımcılar şehrin doğu ve batı kıyılarında turizm işletmeleri ve otel inşaatlarının yapımına başlamıştır (Kocaman, 2012). Bu dönemlerden sonra sahil şeridi daha aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmış ve turizmin yaygınlaşmasıyla birlikte denizin aktif kullanımı ve deniz suyunun kirlilik oranı artmaya başlamıştır (Akış, 2007). 1980 ve 2000 yılları arasında turizmin hızlı bir şekilde gelişmesi ile bölge kentsel işgücünün ihtiyaçlarını karşılamak için göç almaya başlamıştır. Ayrıca Alanya'ya tatil amacıyla gelen yabancı turistler kalıcı olarak bölgeye yerleştiği için bölgede yerleşik yabancı kavramı da ortaya çıkmıştır (Duman, 2021).

### **2.1.1. Deniz Turizmi**

Deniz, doğal güzelliği ve oluşturduğu farklı rekreasyon etkinlikleriyle turistleri kendine çekmektedir. Bu durum sonucunda yat ve kıyı turizmini de kapsayan deniz turizmi oluşmaktadır. Alanya'da yaklaşık 75 kilometrelik bir sahil şeridi bulunmaktadır. Alanya şehir merkezinin batı ve doğu kıyıları tarihi yarımadaya göre plaj niteliğindedir. Batısında Damlatış Plajı ve Kleopatra Plajı, doğusunda ise Keykubat Plajı ve Portakal Plajı bulunmaktadır. Ulaş, Konaklı, Fuğla, İncekum, Mahmutlar plajları ise şehrin dışında yer alan önemli plajlardandır (Antalya Valiliği, 2011). İlçenin 30 kilometre batısında yer alan çam ormanlarının deniz ile kesiştiği yerde, incecik kumlu yapısıyla dikkat çeken İncekum Plajı, turistler tarafından en fazla ziyaret edilen plajlardan birisidir. İncekum'a Alanya-Manavgat arasında gidip gelen minibüslerle ulaşım sağlanabilmektedir. Alanya Kalesi'nin eteklerinden başlayıp doğuya doğru uzanan Damlatış plajı da çok fazla ziyaret edilen plajlar arasında bulunmaktadır. Plajın ulaşımının kolay olması ve temiz olması turistler tarafından daha fazla ziyaret edilmesinde etkili olmaktadır. Alanya'nın 5 kilometre batısında yer alan Ulaş plajına ise; anayoldan aşağıya doğru olan merdivenlerden gidilmektedir. Alanya Kalesi'nin görünüyör olması, turistleri plaja çeken nedenler arasında yer almaktadır (Güçlü, 2021). Destinasyonda bulunan Kleopatra Plajı Alanya'nın ve Türkiye'nin en ünlü plajlarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kleopatra Plajı şehir merkezinde yer almaktadır. Bu nedenle yerli ve yabancı turistlerin en çok rağbet ettiği plajlardan birisi konumundadır. Kleopatra Plajı kendine has kumu ile yaklaşık 2 kilometre uzunlukta yer almaktadır (Uslu, 2019). 6.955 m<sup>2</sup> alana sahip olan bölge, deniz seviyesinden 2 metre yükseklikte olup eğimsiz ve engebesiz bir alan konumundadır. Plajın kuzey kısmı alışveriş ve turizm tesisleri ile çevrili iken plaj Alanya Müzesi ve Damlatış Mağarası ile komşu konumdadır (Şahin ve Önder, 2008).



### 2.1.2. Yayla Turizmi

Alanya'da yaz mevsiminde ekonomik amaçla çıkılan yaylalara ulaşım ve konaklama hizmetlerinin sunulmasıyla birlikte yayla turizmi oluşmaya başlamıştır. Özellikle yaz aylarında Akdeniz ikliminin aşırı sıcak olması sebebi ile Alanya'da deniz turizmine katılım gösterenlerin günlük turlarla yaylalara çıktığı gözlemlenmektedir. Alanya'nın 30 kilometre kuzeyinde yer alan Toros Dağları'nda Deretürbelinas Yaylası bulunmaktadır. Yaylada bir köy görüntüsü hâkim olsa da yeni inşa edilen yapılarla birlikte şehir görüntüsüne yakın bir görüntü oluşmaktadır. Yaylada ulu ağaçlar, kaynak suları, kır kahveleri, çarşı ve soğuk su akan dereler yer almaktadır (Sarı, 2010). Alanya'ya 25 kilometre uzaklıkta bulunan Mahmutseydi Yaylası, ilçenin en yüksek yaylarından birisi konumundadır. Bu yaylada, Mahmut Seydi Türbesi bulunmaktadır. Türkdaş Yaylası'da Toros Dağları'nda turistlerin manzara seyretmek ve piknik yapmak için çıktığı yaylalar arasında yer almaktadır (Sarı, 2010). Gökbel Yaylası, Alanya şehrinin kuzeydoğusunda Gündoğmuş sınırında bulunmaktadır. Yayla, şehir merkezine 60 km. uzaklıkta olup Akdağı eteklerinde yer almaktadır. Gökbel Yaylası, yaz aylarında Kestel Mahallesi'nde yaşayan yerel halkın göç ettiği yaylaların başında gelmektedir. Yayla, yaz aylarında Ketsel mahallesinin yanı sıra; Cikilli, Çıplaklı, Karakocalı ve Tosmur mahallelerinden yoğun göç almaktadır. Yaz aylarında sayfiye amacıyla göç alan Gökbel Yaylası'nda hemen hemen herkesin ikamet edebileceği bir evi bulunmaktadır. Ayrıca Gökbel bölgenin en kalabalık yaylasıdır. Alanya şehrinde gerçekleştirilen en önemli sosyal ve sportif etkinliklerden birisi olan Gökbel Geleneksel Yağlı Güreş Festivali de Gökbel Yaylası'nda düzenlenmektedir (Uslu, 2019). Güreşlere yerli ve yabancı çok sayıda kişi katılmaktadır. Alanya'nın geleneksel Gökbel Yaylası Yağlı Güreş Festivali sırasında, Alanya Belediyesi tarafından festival sırasında görevli olan tüm personele Alanya şalvarı giydirerek misafirlere geleneksel Alanya kostümü tanıtılmaktadır (Saruhan, 2019).

Alanya'ya bağlı Demirtaş Mahallesi'nin kuzeyinde bulunan Toros Dağları'nın iç kısımlarında Sapadere Yaylası, Kaş Yaylası, Söğüt Yaylası ve Tokar Yaylası bulunmaktadır. Kır çiçekleri, meyve bahçeleri ve çayırırla kaplı olan bu yaylalarda diğer yaylalara kıyasla turizm faaliyetlerinin aktif bir şekilde yapılmadığı görülmektedir. Ancak Tokar Yaylası'nda Alanya Çamlıçalılar Derneği tarafından bölgenin kültürünün korunup tanıtılması, turizm faaliyetlerinin artması ve gelişmesi amacıyla her yıl düzenli olarak Tokar Yayla Şenlikleri yapılmaktadır (Alanya Belediyesi, 2013d).

### **2.1.3. Kış Turizmi**

Alanya'nın kuzeydoğusunda şehir merkezine yaklaşık 25 kilometre uzaklıkta 2451 metre yükseklikte bulunan Akdağ'da kış sporlarının gerçekleştirilebilmesi için kayak merkezi oluşturulması planlanmaktadır. Planlanan merkeze turistlerin kasım ayının sonu ile nisan ayı arasında gidebileceği değerlendirilmektedir (Özçoban, 2019).

### **2.1.4. Mağara Turizmi**

Damlataş Mağarası'nın 1948'de bir dinamit patlaması sonucunda bulunduğu bilinmektedir. Mağaranın girişi 50 metre uzunluğunda ve 15 metre yüksekliğinde olup mağaranın adı mağarada bulunan sarkıtlardan gelmektedir. Damlataş Mağarası karstik bir yapıya sahip olmakla birlikte hem ülkemiz hem de Alanya destinasyonu sınırlarında en fazla ziyaretçi alan mağaralar arasında yer almaktadır. Gavurini Mağarası, Alanya'nın 12 kilometre uzaklığında bulunmaktadır. Mağarada pek çok dikit ve sarkıtın yanında bir de gölcük yer almaktadır. Karadaki mağaraların yanında Alanya ilçesi sınırları içinde deniz mağaraları da yer almaktadır. Bunlar arasında turistler tarafından en çok ziyaret edilen deniz mağaraları, Aşıklar Mağarası, Korsanlar Mağarası ve Fosforlu Mağara olarak sıralanmaktadır (Güçlü, 2021).

### **2.1.5. Sağlık Turizmi**

Alanya destinasyonu, ülkemizdeki önemli termal turizm alanlarından birisi konumunda değildir. Ancak sağlık turizmi açısından önemli bir kaynak olabileceği düşünülen kaplıca, şehre 30 km uzaklıkta yer alan Gazipaşa ilçesinde yer almaktadır. Bu kaplıca; “*Siyah su*” şeklinde adlandırılmakta olup, 4.000 yıllık geçmişe ve 24,5 derece sıcaklığa sahip bol miktarda kükürt içeren bir kaplıcadır. Gazipaşa bölgesinde yer alan kaplıcanın etrafındaki turistik tesisler yetersiz olmakla birlikte bu alanlar daha çok iç turizme yöneliktir. Kaplıcaya gidebilmek için araçların bırakıldığı yerden yaklaşık olarak 150 metrelik mesafeyi yürümek gerekmektedir. Bu bölgede turistik tesis yetersizliğinden dolayı konaklama için çadır veya kamp kurulabilmektedir. Kaplıcaya ziyarete gelenler kadın hastalıkları, mide, ülser, romatizma, siyatik ve lumbago (ani bel ağrısı) tedavilerinde kullanılan sarı kaplıca suyu için doğal taş havuzlara da girilebilmektedir (Büyüksahin, 2021).

Alanya'nın genelde kitle yaz turizmi ile karakterize olduğu bilinmektedir. Sağlık turizminin, Alanya'da yıl boyunca yayılan ve kitle turizminden önemli ölçüde daha yüksek getiri sağlayan talepleri yaratabileceği düşünülmektedir. Ayrıca ilçede çok sayıda lisanslı sağlık tesisi yer almaktadır (Kuzkaya, 2022). Medikal

turizm konusunda ülkemizde ilk sırada yer alan İstanbul'dan sonra Antalya gelmektedir. Antalya'nın bir ilçesi olan Alanya bu alanda önemli bir merkez olmaya aday durumdadır. İlçede medikal turizm konusunda yetki merkezi olan pek çok kamu ve özel sağlık tesisi bulunmaktadır. Bu sağlık merkezlerinde diş ve estetik operasyonlarının yoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir. İlçeye bu amaçla gelen ziyaretçilerin bir kısmı yerli turist olup bir kısmı da genellikle Rusya, İran, İskandinav ve Arap ülkelerinden gelen turistlerden oluşmaktadır (Yılmaz, 2021).

Alanya destinasyonunda engelli turizmüne yönelik çalışmalar Alanya Belediyesi tarafından 2003 yılında "Herkes İçin Alanya (Tourism for all)" isimli proje ile önemli bir gelişme sağlamıştır (Kaçmaz, 2014). Bu proje ile birlikte engelli bireylere yönelik turizm çalışmaları bütün destinasyonda hız kazanmaya başlamıştır. Destinasyonda ulaşılabilirliğin sağlanabilmesi için Alanya Belediyesi tarafından sonraki süreçlerde destinasyon genelinde çeşitli uygulamalar başlatılmıştır. 2011 yılında "Engelsiz Turizm Kenti Alanya" projesi uygulanmaya başlamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Alanya Belediye Başkanlığı, Alanya Ticaret ve Sanayi Odası ile Alanya Turistik İşletmeciler Derneği projenin paydaşları olarak yer almaktadır. Bu projeye birlikte engelli bireyler ile refakatçileri Kızılkule, Damlataş mağarası gibi ören yerlerinden, Kleopatra Engelsiz Halk Plajı, Alanya Belediyesi Olimpik Yüzme Havuzu'ndan ücretsiz olarak yararlanabilmektedir. Ayrıca Alanya Kalesi'nde Türk İşaret Dili Tercüman Hizmeti ile Türkçe, Almanca, Rusça ve İngilizce hazırlanan sesli ve görüntülü rehber sistemi oluşturulmuştur. Alanya destinasyonu bu çalışmalar sonucunda 2013 yılında ENAT'a (European Network For Accessible Tourism- Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı) üye olmuştur (Tellioğlu ve Şimşek, 2016). 2006 yılında kurulan ENAT, Avrupa Komisyonu'nun desteği ile birlikte erişilebilirlik konusu üzerine çalışmalar yapan, proje bazlı bir sivil toplum organizasyonudur (Kuzkaya, 2022).

2018 yılında Sağlık Bakanlığı tarafından Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Alanya Eğitim Araştırma Hastanesine bağlı Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulama ve Araştırma Merkezi (GETAT) açılmıştır. Geleneksel ve tamamlayıcı tedavi hizmetleri sunan GETAT, Alanya'da kamu ve özel sağlık tesislerinde doktorların muayenehanesinde hizmet sunmaktadır. Ayrıca GETAT uygulamalarına ilişkin ALKÜ Alanya Eğitim ve Araştırma Hastanesi GETAT Uygulama Merkezi'nde bilimsel araştırma faaliyetlerinin yanı sıra kupa, akupunktur, sülük, ozon terapi ve mezoterapi gibi alternatif tedavi yöntemleri de uygulanmaktadır. (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021).

### **2.1.6. Kùltür Turizmi**

Alanya Kalesi, Alanya Arkeoloji Müzesi ve Atatürk Evi Müzesi, Alanya destinasyonunda yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açık olup, kentin önemli kùltür hazineleri arasında yer almaktadır. Alanya'nın tarihi ve arkeolojik değerini öne çıkaran faaliyetlerle kùltür turizminin gelişmesi ve şehre kùltürel bir kimlik kazandırılması gerekmektedir. Uluslararası kùltürel etkinliklerin yanı sıra Alanya Kalesi Dünya Miras Programı'nda da yer almaktadır. Aynı zamanda Alanya Kent Stratejik Planı'nda kùltür alanı şeklinde belirlenen amfi tiyatro için ayrılmış beş bin kişilik alanın Alanya'ya kazandırılması, kent halkının kùltürel ihtiyacının karşılanmasını sağlamaktadır. Bununla beraber destinasyonda gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası organizasyonlarla kentin bir kùltür kenti kimliği kazanmasına olanak tanımaktadır (Boğan ve Sarıışık, 2016).

### **2.1.7. Kongre Turizmi**

Kongre turizmi, organizasyona katılım gösteren kişilerin ekonomik gelir seviyelerinin ve eğitim durumlarının yüksek olduğu değerlendirildiğinde destinasyonun tanınırlılığının artabileceği ve bu sayede turizmden elde edilen gelirlerde de bir artış yaşanacağı düşünölebilir. Bölgede kongreler faaliyetlerinin düzenlenmesinde destinasyonda yer alan üniversitelerin büyük katkıları bulunduğu gözlemlenmektedir. Buna göre Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi bünyesinde yapılan bazı kongrelere verilecek olan örnekler şu şekilde sıralanabilir (ALKÜ, 2019):

Uluslararası İnsani Bilimler Sempozyumu, Asos Congress, 2. Beden Eğitimi, Spor, Reaksiyon ve Dans Kongresi (ISPES CONGRESS), 10. Uluslararası Eğitimde Araştırmalar Kongresi (ULEAD), 10. Küresel İslami Pazarlama Konferansı (GIMAC), 3. Uluslararası Gıda ve Tarım Ekonomisi Konferansı (ECONAGRO), Uluslararası Akdeniz Bilim ve Mühendislik Kongresi (IMSEC), 3.Uluslararası Ekonomik Araştırma Konferansı (ECONALANYA), 2. Uluslararası İnsani Bilimler Sempozyumu, 21. Uluslararası Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi, 2. Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Konferansı (ECONALANYA), 3. Uluslararası Hidrojen Teknolojileri Kongresi (IHTEC), INES Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi (IV. INES International Academic Research Congress INES), Akıllı Sistemlerde Yenilikler ve Uygulamalar (ASYU).

Kongre turistlerinin yapmış olduğu harcamalar düşünöldüğünde bu etkinliklerin destinasyon için büyük önem taşıdığı düşünölebilir. Fakat Alanya destinasyonunda yer alan Kongre Merkezi'nin aktif olarak kullanılmadığı

görülmektedir. Kongre Merkezi'nin kullanılmaması ise destinasyonda kongre turizmi konusunda büyük bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir.

### **2.1.8. Spor Turizmi**

Alanya destinasyonunda son dönemde küresel spor faaliyetlerinin giderek daha fazla önem kazanmaya başladığı gözlemlenmektedir. Alanya Ticaret Odası'nın desteğiyle ALTAV (Alanya Turizm Tanıtma Vakfı) kapsamında düzenlenen yarışmalara olan ilginin her geçen gün daha da arttığı görülmektedir. Alanya destinasyonunda yüzme maratonu, plaj hentbolu, plaj voleybolu, plaj futbolu triatlon ve dağ bisikleti gibi aktivitelerin geliştiği ifade edilebilir. Bunların yanında Alanya'da gelişen başka bir spor türü de golftür. Ancak bu konuda düzenlenen aktivitelerin Alanya'da turizme çok fazla katkı sağlamadığı görülmektedir. 2011 yılında Alanyaspor'a kullanması için, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü tarafından yapılan 15.000 seyirci kapasiteli Alanya Stadyumu devredilmiştir. Alanya Şehir Stadyumu 2010-2011 futbol sezonundan sonra organize edilen ulusal ve uluslararası futbol etkinliklerinde kullanılmaktadır. Uluslararası alanda tanınan büyük futbol kulüplerinin Alanya destinasyonunda kamp ve sportif aktiviteler yapması destinasyonun uluslararası arenada yapılan tanıtım ve reklam çalışmalarına katkı sunmaktadır (Rahmalaroğlu, 2019).

Avrupa'nın ilk Plaj Voleybolu Kamp Merkezi Alanya destinasyonunda yer almaktadır. 30 yıllığına faaliyetlerin düzenlemesi için kiralanan merkez, Türkiye Voleybol Federasyonu tarafından yönetilmektedir. Bu merkez sayesinde ülkenin ve Alanya destinasyonunun uluslararası seviyede tanıtımının yapılmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Alanya'nın spor altyapısı, futbol kamplarının burada yapılmasıyla karakterize edilmektedir. Bölgede pek çok futbol takımı kamp yapmaktadır. Bunlar için şehirde birçok futbol sahası ve spor tesisleri yer almaktadır (Atalı, 2019).

### **2.1.9. Festival Turizmi**

Festivaller, belirli dönemlerde toplumun kendine özgü değerlerini kutlamak, anmak ya da paylaşmak hedefiyle oluşturulan ve toplumun barındırdığı toplumsal ve etnik zenginliklerin gösterildiği aktivitelerdir. Literatür incelendiğinde festivallerin turizmdeki rolleri ile ilgili olarak farklı görüşlerin yer aldığı görülmektedir. İlk olarak, festivallerin destinasyonun tanıtımına, turist sayısının artırılmasına, imajının oluşumuna, markalaşmaya ve turizm faaliyetlerinin dört mevsime yayılmasına yardımcı olduğu ifade edilmektedir (Shanka ve Taylor, 2002; Horng vd. 2013; Kim vd. 2014; Guzman vd. 2017). Festivaller, bireylerin ruhsal durumunu olumlu yönde etkileyen, stresi azaltarak heyecan ve mutluluk

hislerinin oluşmasını sağlayan rekreasyonel etkinlikler olarak da ifade edilebilir. Bunun yanında toplumsal kaynaşmanın sağlanması, birlik ve beraberlik duygusunun artırılmasına da hizmet etmektedir. Yapılan birçok araştırmada destinasyonlarda yapılan festivallerin turist çekiciliği yarattığı belirtilmektedir (Björk ve Kauppinen-Räisänen, 2016). Ayrıca turistlerin destinasyonlara ziyaretlerinin artırılması ancak festivallerin iyi bir şekilde organize edilmesi ile mümkün olmaktadır (Getz, 1997). Alanya destinasyonunda festivallerin özellikle nisan, mayıs ve eylül, ekim aylarında sezonu öne çekme veya uzatma amacı ile organize edildiği söylenilebilir. Ayrıca yaz sezonu dışında kalan ölü sezon olarak nitelendirilen dönemlerde düzenlenen birkaç günlük festivallerle birlikte destinasyonda turistlerin konaklama sürelerinin uzatılmasının amaçlandığı söylenebilir.

Alanya’da da yılın farklı zamanlarında çeşitli festivaller düzenlenmekte ve festival turizmine katkı sağlanmaktadır (Kocaman, 2012). Alanya’da turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak, sahip olduğu kültürel değerlerini korumak, yöresel ürünlerini tanıtmak, şehrin imajını koruyarak geliştirmek için yılın değişik zamanlarında festivaller düzenlenmektedir. Bu festivaller şu şekilde sıralanabilir (Alanya Belediyesi, 2022):

- Şubat Ayı, Grand Prix Alanya (Uluslararası Yol Bisikleti Yarışı),
- Şubat Ayı, Atatürk Halk Koşusu ve Yarı Maraton,
- Mart Ayı, Oryantiring Festivali,
- Mart Ayı, Alanya Avokado Mtb Cup,
- Nisan Ayı, Alanya Ultra Maraton,
- Nisan Ayı, Alanya Uluslararası Çocuk Festivali,
- Mayıs Ayı, Oceanman Açık Deniz Yüzme Yarışması,
- Mayıs Ayı, Alanya Uluslararası Turizm ve Sanat Festivali,
- Temmuz Ayı, Gökbek Yaylası Yağlı Pehlivan Güreşleri,
- Eylül Ayı, Alanya Uluslararası Jazz Günleri,
- Ekim Ayı, Triathlon European Cup Alanya,
- Ekim Ayı, Alanya Kitap Günleri,
- Ekim Ayı, Alanya Meyve Günleri,
- Kasım Ayı, Alanya uluslararası Taş Heykel Sempozyumu,
- Aralık Ayı, Alanya Uluslararası Yeni Yıl Pazarı.

Şehirde yapılan bu festivaller incelendiğinde şehirde aktif olarak festival aktivitelerinin düzenlediği görülmektedir. Ayrıca her ay farklı bir festivalin düzenlenmesinin de turizmin on iki aya yayılmasında etkili olabilecektir.

Festivallerin şehre sağladığı olumlu sonuçlar göz önüne alındığında devamlılığının sağlanması gerektiği ifade edilmelidir.

### **2.1.10. Gastronomi Turizmi**

Gastronomi, bir destinasyonun diğer destinasyonlara karşı rekabet gücünün ve farkındalığının artırılmasında önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Deveci vd., 2013). Bu bağlamda günümüzde gastronomi turizmi birçok destinasyonda rekabet avantajı sağlanmasının bir aracı olarak görülmektedir (Hornig ve Tsai, 2012). Bölgeler arasındaki rekabetin son yıllarda gittikçe artması ile birlikte destinasyonların kendilerini diğer destinasyonlardan farklılaştırmak ve çekicilik unsurlarını öne çıkarmak için çalışmalar yapması gerekmektedir. Bu farklılaştırıcı ve çekici özellikler de destinasyonların pazarlama unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır (Şahin ve Ünver, 2015). Alanya, gastronomi turizminin gelişimi ve ilgi görmesi amacıyla bölgeye gelen turistler için yöreye ait pek çok yiyecek ve içecek sunulmaktadır. Bunlardan bazıları şöyle sıralanmıştır (Nebioğlu, 2017):

*Gülüklü Çorba, Kabuklu Kuru Fasulye Yemeği, İlabada Sarması, Çiçek Dolması, Ovmaç, Kıvrım Tatlısı, Pişi, Oklava Çekmesi, Yarma Çorbası, Adaçayı, Şekerli ve Şekersiz Peksimet, Alanya Çöreği, Laba Dolması, Aside, Bakla Piyazı, Öksüz Helvası, Şepit.*

## **2.2. ALANYA'DA TURİZM POLİTİKALARINI ETKİLEYEN AKTÖRLER**

Bu başlık altında Alanya turizminde önemli faaliyetler yürüten, politikalarının oluşturulmasında ve uygulanmasında etkili olan aktörlere yer verilmiştir.

### **2.2.1. Resmi aktörler**

Devletin resmi hiyerarşi içerisinde yer alan ve egemenlik gücünü elinde bulunduran kişi veya resmi örgütler resmi aktörler olarak ifade edilebilir. Başka bir ifade ile devlet içerisinde yer alıp devlete bağlı hizmet sunan kişi veya kurumlar resmi aktörler olarak tanımlanmaktadır (Nacak, 2015). Bu çalışma kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı Alanya'da yerel turizm politikalarının oluşturulmasında ilk ve en önemli resmi aktör olarak ele alınmıştır. Ancak daha sonra Alanya şehrinde turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanmasında etkili olan resmi aktörler kamu politikası literatürüne bağlı kalarak yerel düzeye indirgenmiştir. Bu kapsamda diğer resmi aktörler olarak Alanya Kaymakamlığı, Alanya Belediyesi, Antalya Büyükşehir Belediyesi, Alanya Alaaddin Keykubat

Üniversitesi, Alanya Üniversitesi ve Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA) ele alınmıştır.

### **2.2.1.1. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı**

Türkiye, kültür ve turizm alanındaki değerler açısından son derece zengin olup bu alan ile alakalı faaliyetlerin kökenleri cumhuriyet öncesi dönemlere kadar uzanmaktadır. Ülkemizde turizme yönelik ilk faaliyetler 1890 yılında 190 sayılı "Yolcuların Tercümanları Hakkında Nizamname'nin yürürlüğe girmesi ile başlamıştır. Cumhuriyet döneminde ise Kültür Bakanlığı'nın temeli sayılan ilk teşkilatlanma 1920 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin kurulmasının ardından Maarif Nezareti bünyesinde Hars Dairesi'nin oluşturulması ile başlamıştır (Özdemir, 2013). 1926 yılına gelindiğinde Hars Dairesi yürürlükten kaldırılarak Kütüphaneler Müdürlüğü, Güzel Sanatlar Müdürlüğü ve Müzeler Müdürlüğü olarak üç adet farklı müdürlük birimi oluşturulmuştur. Turizm kavramının kamu idaresinde örgütlenmesi ise 1934 tarih ve 2450 sayılı, "İktisat Vekâleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında Kanun" ile başlamıştır. 1957 yılında "Basın, Yayın ve Turizm Vekaleti" kurulmuş olup 1963 yılına gelindiğinde ise söz konusu vekalet "Turizm ve Tanıtma Bakanlığı" şeklinde değiştirilmiştir. Daha sonraki süreçlerde bu alanda yaşanan gelişmeler yıllara göre aşağıda yer almaktadır (Öztürk, 2010).

- 1965: Kültür faaliyetlerini yürüten bütün birim ve müdürlüklerin Kültür Müsteşarlığı bünyesinde tek çatıda birleştirilmesi,
- 1971: Kültür Bakanlığı'nın oluşturulması,
- 1972: Kültür Bakanlığı'nın müsteşarlık şekline dönüştürülmesi,
- 1974: Müsteşarlığın tekrar bakanlık haline getirilmesi,
- 1977: Kültür Bakanlığı ve Millî Eğitim Bakanlığı'nın tek çatı altında toplanması,
- 1977: Kültür Bakanlığı ve Millî Eğitim Bakanlığı'nın iki ayrı bakanlık şeklinde tekrar ayrılması,
- 1982: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ile Kültür Bakanlığı'nın birleştirilmesi,
- 1989: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ile Kültür Bakanlığı'nın iki ayrı bakanlık olarak tekrar ayrılması,
- 2003: 4848 sayılı merkez, taşra ve yurtdışı teşkilatıyla "Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilât ve Görevleri Hakkında Kanun" ile yeni bir bakanlık olarak kurulması.



2003 yılında resmi olarak kurulan bakanlık 10 Temmuz 2018 tarihinde Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı 1 Sayılı Kararnamesi ile tekrar düzenlenmiştir. Bu düzenlemeye göre bakanlığın görevleri şu şekildedir (Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi, 2018:1).

- a) *Millî, manevî, tarihî, kültürel ve turistik değerleri araştırmak, geliştirmek, korumak, yaşatmak, değerlendirmek, yaymak, tanítmak, benimsetmek ve bu amaçla millî bütünlüğün güçlenmesine ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak,*
- b) *Kültür ve turizm konuları ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek, bu kuruluşlarla iş birliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve iş birliği yapmak; yerel yönetimler, kamu kurum ve kuruluşları tarafından veya kamu personelini desteklemek için kurulan dernekler ve aynı amaçlarla 22/11/2001 tarihli ve 4721 sayılı 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) *Kültür 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 kültür ve turizmle ilgili tanıtma hizmetlerini yürütmek,*
- h) *Kanunlarla veya Cumhurbaşkanlığı kararnemeleriyle verilen diğer görevleri yapmak.*

Kültür ve Turizm Bakanlığının görev, yetki ve sorumluluklarının hukuksal dayanağını 4848 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığının Teşkilât ve Görevleri Hakkında Kanun'dur (mülga). Ancak Bakanlık görev ve yetkilerini her ne kadar kanundan alsa da Anayasa'da da kültür ve turizm alanında bazı düzenlemeler yer almaktadır. Buna göre Anayasanın 63'üncü maddesinde; "*Devlet, tarih, kültür ve*

*tabiat varlıklarının ve değerlerinin korunmasını sağlar, bu amaçla destekleyici ve teşvik edici tedbirleri alır. Bu varlıklar ve değerlerden özel mülkiyet konusu olanlara getirilecek sınırlamalar ve bu nedenle hak sahiplerine yapılacak yardımlar ve tanınacak muafiyetler kanunla düzenlenir”* hükmü yer almaktadır. Bu maddeye göre tabiat ve kültür alanlarının korunması devletin sorumluluğunda sayılmaktadır. Ancak görevin bakanlık tarafından yürütülmesi hükme bağlanmıştır. 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu hükümleri çerçevesinde bu sorumluluk Bakanlık tarafından yürütülmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982:63). Anayasanın 64’üncü maddesinde; *“Devlet, sanat faaliyetlerini ve sanatçıyı korur. Sanat eserlerinin ve sanatçının korunması, değerlendirilmesi, desteklenmesi ve sanat sevgisinin yayılması için gereken tedbirleri alır”* hükmü yer almaktadır. Devletin sorumlulukları arasında yer alan bu görev Bakanlığın Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü ile sanat kurumlarından birisi olarak faaliyet yürüten Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü ve Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü tarafından ilgili mevzuat hükümlerine göre sürdürülmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982:64).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, yasada belirtildiği üzere kültürel unsurları korumak, tahribatı engellemek, geliştirmek, tanıtmak, yaymak, değerlendirmek ve bu sayede ulusal tarihin ve bütünlüğün korunmasına katkıda bulunmakla yükümlüdür. Bu faaliyet konuları ile ilgili Bakanlık tarafından tespit, planlama ve koruma, tescil, tanzim, tanıtım ve enformasyon, teşhir, konservasyon ve restorasyon, kültür ve turizm sektöründe çevre, alt ve üst yapı hizmetleri gibi hizmetler sunulmaktadır (Öztürk, 2010).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türk kültürünün korunması, geliştirilmesi, yaşatılması, yayılması, hak ettiği yere ulaşmasından çok geniş kapsamlı çalışmalar yürüten bir kamu kurumudur. Bu nedenle Türk turizminin geliştirilmesi konusunda hem ülke içerisinde hem de ülke dışında büyük sorumlulukları bulunmaktadır. Bakanlığın bu yönde yürüttüğü yoğun çalışmalar sonucunda önemli gelişmelerin yaşandığı görülmektedir. Uluslararası turizm pazarında 1950’li yıllarda ülkemize gelen turist sayısı 100.000 rakamına ulaşmakta zorluk yaşarken 1990’lı yıllara gelindiğinde uluslararası arenada turizm pazarındaki yerimiz güçlendiği ve 2000 yılı sonrasında en çok turist çeken ülkelerden birisi haline geldiği görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanmış olan verilere göre yıllar içerisinde ülkemize gelen turist sayısındaki değişim ve turizm gelirleri Tablo 2.1’de gösterilmektedir.

**Tablo 2.1: Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Harcamanın Yıllara Göre Dağılımı**

Yıl	TOPLAM		VATANDAŞ <sup>1</sup>				
	Gelen Ziyaretçi Sayısı	Çıkan Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri (1000 \$)	Ortalama Harcama (\$)	Turizm <sup>2</sup> Gideri (1000 \$)	Turizm Geliri (1000 \$)	Ortalama Harcam: (\$)
2004	20 753 734	20 262 640	17 076 607	843	2 954 459	3 862 552	1 262
2005	25 045 142	24 124 501	20 322 111	842	3 394 601	4 374 383	1 214
2006	23 924 023	23 148 669	18 593 951	803	3 270 948	4 463 614	1 153
2007	27 239 630	27 214 988	20 942 500	770	4 043 283	4 703 850	1 121
2008	31 137 774	30 979 979	25 415 067	820	4 266 197	5 418 439	1 191
2009	31 759 816	32 006 149	25 064 482	783	5 090 440	5 690 629	1 222
2010	32 997 308	33 027 943	24 930 997	755	5 874 520	5 558 366	1 231
2011	36 769 039	36 151 328	28 115 692	778	5 531 486	5 638 484	1 168
2012	37 715 225	36 463 921	29 689 249	814	4 593 389	6 365 680	1 243
2013	39 860 771	39 226 226	33 073 502	843	5 253 565	6 776 776	1 255
2014	41 627 246	41 415 070	35 137 949	848	5 470 481	6 301 489	1 132
2015	41 114 069	41 617 530	32 492 212	781	5 698 423	6 052 415	1 004
2016	30 906 680	31 365 330	22 839 468	728	5 049 793	6 184 432	1 014
2017	37 969 824	38 620 346	27 044 542	700	5 137 244	6 076 804	929
2018	46 112 592	45 628 673	30 545 924	669	4 896 310	5 511 261	825
2019	51 747 199	51 860 042	38 930 474	751	4 403 670	5 896 124	825
2020	15 971 201	15 826 266	14 817 273	936	1 104 545	2 965 813	951
2021	30 038 961	29 357 463	30 173 587	1 028	1 851 922	5 830 953	1 076
2022	51 387 513	51 369 026	46 477 871	905	4 276 533	7 067 152	1 006
2023	56 693 837	57 077 440	54 315 542	952	7 068 901	8 903 472	1 152

1. Yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilen gelir

2. Yurtiçi ikametli vatandaşların yurtdışında yapmış olduğu harcamalar

**Kaynak:** (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri 2024).

Tablo 2.1’de yer alan 1 numaralı alan yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilen geliri, 2 numaralı alan da yurtiçi ikametli vatandaşların yurtdışında yapmış olduğu harcamaları göstermektedir. Tablo 2.1 incelendiğinde 2006, 2016 ve 2020 yılları hariç olmak üzere yıllara göre ülkemizi ziyaret eden turist sayısında ve turizmden elde edilen gelirden genel olarak kademeli bir artış olduğu görülmektedir. 2006 yılında turist sayısındaki düşüş yaşanmasına kuş gribi salgınının neden olduğu düşünülmektedir. 2003 yılında Uzak Doğu’da ortaya çıkan ve zaman içerisinde küresel bir tehlike haline dönüşen kuş gribi insanların sağlığına yönelik büyük bir tehdit oluşturmasının yanı sıra ülkeler üzerinde ciddi boyutlarda sosyal, kültürel ve ekonomik sorunlar yarattığı da görülmüştür (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2006). 2006 yılında kuş gribi salgınının ülkemizde görülmesinin ardından gelen turist sayısında bir önceki yıla oranla yaklaşık olarak %4,5 oranında azalma olduğu görülürken kişi başı ortalama harcamada da yine bir önceki yıla göre 61 \$ azalma olduğu görülmektedir. Turist sayısı ve turizm

gelirlerinin 2016 yılında düşüş yaşanmasına ülke içinde yaşanan terör olaylarının artmasının neden olduğu düşünülmektedir. Yaşanan terör olaylarının 2016 yılında artması ile Dünya basınında Türkiye can güvenliğinin olmadığı bir savaş ve terör ülkesi olarak gösterilmiştir (Doğruol, 2021). 2016 yılında yaşanan bu gelişmelerden dolayı bir önceki yıla göre turist sayısında yaklaşık olarak %25 oranında azalma olduğu görülmektedir. 2020 yılında turist sayısındaki ve turizm gelirlerin azalmanın nedeni olarak ise tüm Dünya’da yaşanan koronavirüs salgınının neden olduğu ifade edilmektedir. 11 Mart 2020 tarihinde tüm Dünya’yı tehdit eden koronavirüs kaynaklı Covid-19 hastalığı Dünya Sağlık Örgütü tarafından "pandemi" olarak ilan edilmiştir (Cucinotta ve Vanelli 2020). Küresel salgın Çin ve Uzakdoğu ülkelerinde başlayıp Amerika, Avrupa, Asya ve Afrika ülkelerine sıçrayarak hızlı bir şekilde yayılım göstermiştir. Bu kapsamda Dünya ülkelerinde pandemi kaynaklı olarak birtakım önlemler alınmıştır. Türkiye’de başta sağlık olmak üzere turizm sektöründe de birtakım tedbirler alınmış ve uygulamada kısıtlamalara gidilmiştir (Demir vd, 2020). Tablo 2.1 incelendiğinde pandeminin neden olduğu tedbirler kapsamında turizm gelirlerinde ve turist sayısında büyük düşüşler olduğu görülmektedir. 2020 yılında başlayan ve tüm Dünya’yı etkisine alan koronavirüs salgınının etkisi 2021 yılında devam etse de 2022 yılına gelindiğinde etkisinin azaldığını ve turist sayısının pandemi öncesindeki yıllara yaklaştığı görülmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’na ait veriler incelendiğinde çalışma kapsamında araştırılan destinasyona gelen turist sayılarının iki farklı şekilde elde edildiği görülmektedir. Buna göre ilk olarak Alanya şehrine gelen turistlerin gümrük kapılarından giriş yapan ziyaretçi sayılarına ikinci olarak da konaklama sayılarına göre istatistiki veriler elde edilmektedir (ALTSO Alanya Ekonomik Rapor, 2023b). Aşağıda yer alan Tablo 2.1’de şehre gelen turist sayılarının ve turizm gelirlerinin gümrük kapılarından giriş yapan ziyaretçi sayılarına göre hesaplanmış şekli gösterilmektedir.

**Tablo 2.2: Gümrük Kapılarından Geçen Ziyaretçi Sayısına Göre Alanya Turizminin Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı**

Yıl	Yerli Turist			Yerli ve Yabancı Turist		
	K.B.O.H (Dolar) *	Ziyaretçi Sayısı**	Toplam Gelir (Dolar)	K.B.O.H (Dolar) *	Ziyaretçi Sayısı**	Toplam Gelir (Dolar)
2017	929	120.385	111.837.639	700	2.251.024	1.575.716.883
2018	825	178.006	146.855.127	669	4.030.818	2.696.617.155
2019	825	194.379	160.362.791	751	4.716.775	3.542.297.740
2020	951	48.590	46.209.236	936	891.690	834.621.558
2021	1076	100.031	107.633.004	1028	2.553.969	2.625.479.933
2022	1006	214.362	215.647.674	901	4.239.739	3.820.004.667

K.B.O.H.: Kişi Başına Ortalama Harcama

\*Yabancı Ziyaretçi K.B.O.H. değerleri Kültür ve Turizm Bakanlığı, Gümrük kapılarından gelen ziyaretçi İstatistiklerinden alınmaktadır

\*\*Konaklama Tesisine Giriş Sayıları tablosundaki Alanya'nın Antalya içerisindeki oranından yola çıkılarak bulunan verilerden hesaplanmıştır.

**Kaynak:** (ALTSO Alanya Ekonomik Rapor, 2023b).

Tablo 2.1 incelendiğinde 2022 yılında, 2021 yılına göre şehre gelen ziyaretçilerin sayılarında bir artış olduğu gözlemlenirken kişi başı harcamalarında ise bir düşüş olduğu görülmektedir. Buna göre 2022 yılı içerisinde şehre gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin kişi başı ortalama harcamalarının 1028 dolardan 901 dolara, yurt dışında ikamet eden vatandaşların ortalama harcamalarının ise 1076 dolardan 1006 dolara düştüğü görülmektedir.

Alanya şehrine gelen turistlerin sayıları ve turizm gelirinin konaklama istatistiklerine göre hesaplanmış şekli ise; Tablo 2.2'de gösterilmektedir. Bu tabloda hesaplanmış olan gelir konaklama tesisine giriş yapan ziyaretçi sayılarından elde edilen tahmini gelir olarak hesaplanmaktadır (ALTSO Alanya Ekonomik Rapor, 2023b).

**Tablo 2.3: Konaklama İstatistiklerine Göre Alanya Turizmini Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı**

Yıl	Yerli Turist			Yerli ve Yabancı Turist		
	K.B.O.H (Dolar) *	Ziyaretçi Sayısı**	Toplam Gelir (Dolar)	K.B.O.H (Dolar) *	Ziyaretçi Sayısı**	Toplam Gelir (Dolar)
2017	929	731.801	679.843.129	700	3.166.001	2.216.200.700
2018	825	1.037.510	855.945.750	669	5.680.359	3.800.160.171
2019	825	868.485	716.500.125	751	6.693.646	5.026.928.146
2020	951	728.739	693.030.789	936	2.462.735	2.305.119.960
2021	1076	1.277.702	1.374.807.352	1028	5.538.697	5.693.780.516
2022	1006	1.157.239	1.164.182.434	901	8.080.308	7.280.357.508

K.B.O.H.: Kişi Başına Ortalama Harcama

\*Yabancı Ziyaretçi K.B.O.H. değerleri Kültür ve Turizm Bakanlığı, Gümrük kapılarından gelen ziyaretçi İstatistiklerinden alınmaktadır.

\*\*KTB Konaklama İstatistikleri

**Kaynak:** (ALTSO Alanya Ekonomik Rapor, 2023b).

Yukarıda yer alan Tablo 2.2’de görüldüğü üzere Alanya’nın şehirde konaklayan turistlerden elde ettiği gelir 2020 yılı (pandemi yılı) hariç olmak üzere yıllar içerisinde sürekli bir artış göstermiştir. Buna göre 2022 yılında şehirde konaklayan turistlerden elde edilen toplam gelir 2021 yılına göre yaklaşık olarak %27 oranında bir artış göstererek 7.280.357.508 dolara ulaştığı görülmektedir.

### 2.2.1.2. Alanya Kaymakamlığı

Bir bakıma il idari teşkilatının küçültülmüş hali olan ilçe idare teşkilatı merkezi yönetimin önemli bir kısmını bünyesinde bulundurmaktadır. İlçenin başında hükümet ve merkezi yönetimin temsilcisi olarak görev yapan aynı zamanda ilin genel yöneticisi olan valiye karşı görev ve sorumluluğu olan kaymakam bulunmaktadır. Kaymakam, ilçedeki bütün merkezi idari kuruluşların amiri konumundadır. Bir başka ifade ile kaymakam, ilçe idaresinin başı ve yetkili mercii makamıdır (Yıldız ve Avcı, 2023). Kaymakam, kanunların, cumhurbaşkanlığı kararnamelerinin ve diğer mevzuatların yayılmasını, uygulanmasını sağlamakta ve bunların verdiği yetkileri kullanarak görev ve sorumlulukları yerine getirmektedir. Ayrıca vali tarafından verilen talimat ve emirleri yerine getirmek, ilçenin genel yönetimini, işleyişini düzenlemek ve denetlemekle sorumludur. İlçe sınırları içerisinde huzur ve güvenliğin sağlanması, kişisel dokunulmazlık, kişisel güvenlik, kamu refahı ve önleyici kolluk uygulamaları kaymakamın görev ve sorumlulukları arasındadır. Bütün bu sayılan durumların sağlanabilmesi için gerekli karar ve tedbirleri alır (İl İdaresi Kanunu, 1949:5442). Kaymakamlar ilçedeki ekonomik refahın ve güvenliğin

sağlanması için gerekli önemleri alabilir. Alanya şehrinin temel geçim kaynağı turizm olmasından dolayı Alanya Kaymakamlığı'nın turizmin korunması ve geliştirilmesi için çalışmalar yaptığı, projeler geliştirdiği görülmektedir. Ayrıca destinasyonda belirli aralıklarla kaymakam liderliğinde turizm toplantıları gerçekleştirildiği bilinmektedir. (Alanya Kaymakamlığı, 2018b).

### **2.2.1.3. Antalya Büyükşehir Belediyesi**

Antalya, 504 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile 2 Eylül 1993 tarihinde büyükşehir belediyesi statüsüne sahip olan bir şehirdir. İl sınırları içerisinde Akseki, İbradı, Demre, Manavgat, Alanya, Serik, Aksu, Elmalı, Gazipaşa, Kemer, Gündoğmuş, Finike, Kaş, Korkuteli, Muratpaşa, Kumluca, Konyaaltı, Döşemealtı ve Kepez olmak üzere 19 ilçe belediyesi yer almaktadır. Büyükşehir belediyeleri ile büyükşehir sınırları içerisindeki belediyeleri kapsayan 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu 2004 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile büyükşehirlerin çevresinde bulunan birçok beldeler büyükşehir belediyelerinin sınırlarına dahil edilmiştir (Büyükşehir Belediye Kanunu, 2004:5216). 5216 Sayılı Kanun'a göre büyükşehir belediyeleri turizm işletmelerinin açılması, açılan işletmelerin ruhsatlandırılması, denetlenmesi ve onaylanmasından sorumludur. Görevleri arasında turizm için ulaşım planlarının hazırlanması, deniz, hava ve kara yolu toplu taşıma araçlarının oluşturulması ücretlerinin belirlenmesi, park yerlerinin oluşturulması, turistlerin şehir hakkında bilgi sahibi olabilmesi için kente ilişkin bilgi sistemlerinin oluşturulması yer almaktadır. Sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizmin sağlanması, çevrenin korunması, ormanlık alanların, park alanlarının, dinlenme ile eğlenme alanlarının oluşturulması ve bu alanların denetlenip kontrolünün sağlanması gibi unsurlar turistlerin güvenliği için önem arz eden konulardır. Şehirde kültürel hizmetlere yönelik bina ve tesisler inşa etme, tarihi yapıların korunmasını sağlama, bakım çalışmalarını ve onarımlarını yapma, korunmasına imkân olmayan alanların ise aslına uygun bir şekilde yeniden inşa etme gibi konularda yine büyükşehir belediyeleri yetkilidir (Büyükşehir Belediye Kanunu, 2004:5216/7). Büyükşehir belediyeleri ilçe belediyeler ile turizmi geliştirmek amacı ile ortak projeler geliştirebilmektedir. Ortak amaçların bölgesel ve ulusal gelirin artırılarak turizmin geliştirilmesi olması belediyelerin müşterek hareket etmesini sağlamaktadır. Ayrıca büyükşehir belediyesi, kendisine verilen görev ve hizmetleri yerine getirebilmek için ilgili kurallar çerçevesinde mevzuatta belirtilen şekilde sermaye şirketleri kurabilmektedir (Büyükşehir Belediye Kanunu, 2004:5216/26). Tüm bu hizmetlerde turizm alanında etkinliğin ve verimliliğin en üst seviyede sağlanabilmesi, turistlerin şehirden memnun

ayrılabilmesi ve tekrar bölgeye gelmesinin sağlanabilmesi için büyükşehir belediyelerinin ve ilçe belediyelerinin ortak projelerle birlikte hareket etmesi gerekmektedir.

#### **2.2.1.4. Alanya Belediyesi**

Alanya, sahip olduğu doğal ve kültürel özellikleri ile turizmde ülkenin önemli destinasyonlarından birisi konumundadır. Yılın neredeyse her döneminde turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi şehirde turizme yönelik uygulamaların etkili bir şekilde yapılmasını gerektirmektedir. Bu nedenle de özellikle yerel yönetim organlarının önemli görevleri bulunmaktadır. Yerel halka hizmet etmek dışında turizmi geliştirmek ve korumak, yasalarla yerel yönetimlerin sorumlulukları altındadır. Belediyeler turizm ile en yakın ilişkisi olan yönetim organlarından birisidir. Turistler, kısa süreliğine gelmeyi tercih ettikleri destinasyonda rahatlık, eğlence, dinlenme, alışveriş, adrenalin, kültür ya da huzur aramaktadır. Destinasyonlarda turistlerin bu ihtiyaçlarının giderilmesi için birçok turizm işletmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Turistler için oluşturulan özel sektöre ait bu tesislerin su, elektrik, doğalgaz ve atık giderlerini çözmek belediyelerin yükümlülüğündedir. Yine bu tesislere giden yolların yapımı, onarımı, kontrolleri ve ışıklandırılması belediyelerin sorumluluğunda olan konular arasında sayılabilir. Belediyeler, kanunda belirlenen yetki ve sorumluluklarını yerine getirirken merkezi yönetimle koordineli bir şekilde teknolojik yeniliklerden yararlanarak, gündemi ve gelişmeleri sıkı bir şekilde takip ederek turizm konusunda gerekli tüm yatırımları yapmalı ve şehrin kalkınmasını gerçekleştirmelidir. Yerel yönetimlere turizm ile ilgili birçok görev ve yetki yasalar (Belediye Kanunu, 2005:5393) ile verilmiştir. Bu görevler altyapı çalışmalarından çevre temizliğine kadar pek çok alanda çeşitlilik göstermektedir. Belediyeler imar, kentsel yapı, kanalizasyon, su, coğrafi kent, ulaşım ve bilgi sistemlerinin oluşturulması, temizlik katı atık, çevre sağlığının korunmasından da sorumludur. Ayrıca ekonomik ve ticari kalkınma için turizm ve sanat dallarında tanıtım yapmak, kültür ve sanat merkezlerini oluşturmak, müzeleri açmak, spor tesisleri kurmak, şehrin tarihi dokularını korumak ve onarmak ya da aslına uygun olarak restore etmekle yükümlüdür. Belediyeler her türlü sağlık tesisini, dini mabetleri, kültür ve tabiat varlıklarını (korumak şartı ile) açıp işletebilir (Belediye Kanunu, 2005:5393/14). Bu amaçla belediyeler sağlık, inanca ve spor turizmi gibi alternatif turizm çeşitlerinden yararlanarak ekonomik kazanç sağlayabilirler. Belediyeler, meclis kararı ile uluslararası organizasyonlarda üye veya kurucu üye olabilirler. Diğer mahalli idareler ile birlikte proje üretebilir, projelere ortak olarak katılabilir ya da kardeş şehir ilişkisi kurabilirler. Ayrıca tanıtıcı tabela ve



reklam panolarında standartlar oluşturularak şehrin görsel imajının geliştirilmesi de yine belediyenin sorumluluğunda olan konulardandır (Belediye Kanunu, 2005:5393/15).

Alanya Belediyesi ilgili mevzuatlar çerçevesinde kendisine yüklenen sorumlulukları yerine getirmek amacıyla çalışmalar yürütmektedir.

### **2.2.1.5. Üniversiteler (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya Üniversitesi)**

Üniversiteler başta olmak üzere ülkede yer alan bütün eğitim kurumları bilimsel, kültürel, sosyal ve ekonomik yönden ülkelerin gelişmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Eğitim kurumlarının toplumun sosyo-ekonomik yapısını değiştirmesinin yanı sıra mekânsal organizasyonlarda da önemli rolleri bulunmaktadır. Bu kapsamda dünyadaki bütün ülkelerde eğitim ile sosyo-ekonomik kalkınma arasındaki bağ en etkili ve verimli bir şekilde kurulmaya, işlevsel hale dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Üniversiteler, toplumsal gelişme ve değişimde nitelik ile nicelik bakımından katkı sağlayan en önemli eğitim kurumlarıdır. Üniversitelerin devlet ve sosyal yaşam üzerindeki bu olumlu katkılarına nitelikli insan gücü yetiştirmek, lider yetiştirme, teknolojiyi geliştirmek, gelir dağılımını etkilemek, girişimci sınıfı oluşturmak, fırsat eşitliği yaratmak ve ulusal birliği sağlamak şeklinde örnekler verilebilmektedir (Akengin ve Kaykı, 2013). Üniversiteler, sahip oldukları donanımlı iş gücü ve bilimsel altyapılarıyla yerel, bölgesel ve ulusal kalkınmada etkili araçlardan birisi konumundadır.

Alanya şehrinde bir tanesi devlet (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi-ALKÜ) ve bir tanesi vakıf üniversitesi (Alanya Üniversitesi) olmak üzere iki üniversite bulunmaktadır. Şehrin sahip olduğu her iki üniversitede turizm alanında eğitim veren bölümler yer almaktadır. Devlet üniversitesi olan Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi'nde Turizm Fakültesi bulunmakla birlikte üniversitenin sahip olduğu meslek yüksek okullarında da turizm alanı ile ilgili eğitimler verilmektedir. Bu bölümlerde ise toplamda 27 akademisyen aktif olarak eğitim vermektedir (Alkü, 2024). Vakıf üniversitesi olan Alanya Üniversitesinde ise İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi'ne bağlı olarak Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sanat Fakültesine bağlı olarak Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ve meslek yüksekokulunda "aşçılık" programı yer almaktadır. Ayrıca üniversitede bu bölümlerde aktif olarak yer alan 19 akademisyen görev yapmaktadır (Alanya Üniversitesi, 2024).

### **2.2.1.6. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA)**

Kalkınma ajansları, düzenleme ve teşviklerin yanı sıra turizm sektörünü canlandırmak ve bölgesel ekonomik kalkınmayı geliştirmek için sahip olduğu finansal kaynakları kullanmaktadır (Alparaslan ve Aydın, 2021). Kalkınma ajansları faaliyet gösterdikleri bölgelerin sahip olduğu turizm potansiyelini ortaya çıkarmak ve turizmden elde edilen gelirleri artırmak hedefiyle çeşitli faaliyetler yürütmektedir. Broşürler, tanıtım videoları, tanıtım kitapları, kataloglar, turistik yerleri gösteren haritalar, konaklama seçeneklerinin yer aldığı yerel haritalar vb. gibi materyaller bölgenin turizm potansiyelini tanıtmak için kullanılmaktadır. Bölgeyi tanıtmak amacıyla ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak seyahat acenteleri ve yatırımcılar bölge hakkında bilgilendirilmektedir. Ayrıca kalkınma ajansı bölgenin turizm potansiyelini geliştirmek için yerel paydaşlarla bir araya gelerek turizm altyapısını daha da geliştirme konusunda toplantı ve görüşmeler düzenlemektedir. Bölge içinde düzenlenen bu toplantıların yanı sıra, kendi bölgelerinin turizm potansiyelini artırmak ve bölgenin turizm altyapısının nasıl geliştirilebileceği ve alternatif turizm çeşitlerinden en çok verim alacak şekilde nasıl yararlanılabileceği konusunda ilgili kurum ve kuruluşlar arasında bilgi paylaşımı yapılmaktadır (Demir ve Karakuş, 2016).

Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), 14 Temmuz 2009 tarihinde 15236 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulmuştur. Ajansın görev alanı Isparta, Antalya ve Burdur illerini kapsayan TR61 Düzey 2 Bölgesidir. Merkezi Isparta'da bulunana BAKA kamu tüzel kişiliğine sahip bir kuruluştur. Bu nedenle bir takım kamusal görev ve yetkilere sahiptir. Ajans, kanun ile belirlenen çerçevede tüm proje ve faaliyetlerini şeffaflık, tarafsızlık, güvenilirlik, etkinlik, çevreye, kültürel değerlere duyarlılık, verimlilik ve toplumsal sorumluluk gibi ilkeler doğrultusunda gerçekleştirmektedir (Baka Faaliyet Raporu, 2017). Kamu kurum ve kuruluşlarının yeniden yapılanması sürecinde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın hizmet birimleri bünyesinde yer alan BAKA, bölgesinde genel koordinasyonun sağlanması, bu konularla ilgili iş ve işlemlerin yürütülmesi, çalışmaların izlenmesi ve denetlenmesi ile yükümlüdür. BAKA'nın temel hedefi hizmet sunduğu bölgenin gelişmesini sağlayarak her bakımdan cazibe merkezine dönüşmesini sağlamaktır. Bölgenin yatırım potansiyeli ajans bünyesinde çalışan uzman ekip tarafından hazırlanmakta olup bölge ile ilgilenen yatırımcılara bölgenin yatırım potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik tanıtıcı ve bilgilendirici hizmetler sunulmaktadır. Özellikle turizm sektöründe yer alan yatırımcılar için bölgenin turistik potansiyel değerinin araştırılması önem arz etmektedir. Ayrıca BAKA tarafından bölgeye yatırım yapılması için yerli ve yabancı yatırımcılara her aşamada ücretsiz teknik destek verilmektedir. Verilen

bu hizmet ile yatırımcıların ilgisinin bölge üzerinde yoğunlaşması hedeflenmektedir (Baka, 2024).

### 2.2.2. Resmi Olmayan Aktörler

Resmi olmayan aktörler, politikaların oluşturulma sürecinde devlet dışında konumlanan özel sektör ve üçüncü sektör temsilcileri şeklinde ifade edilebilir. Resmi olmayan aktörlere sivil vatandaşlar, medya, siyasi parti grupları örnek olarak verilebilir. Bu aktörler, politik kararların verilmesi sürecinde baskı kurabilirken söz konusu politikaların uygulanmasında resmi aktörlerin sahip olduğu yaptırım gücüne sahip değillerdir (Akman, 2020).

Başlıca resmi olmayan aktörler olarak, ALTSO (Alanya Ticaret ve Sanayi Odası), ALTİD (Alanya Turistik İşletmeciler Derneği), TÜRSAB Alanya BYK (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Alanya Bölgesel Yürütme Kurulu) ve ALTAV (Alanya Turizm Tanıtma Vakfı) gibi sivil toplum kuruluşları sayılabilir.

- **ALTSO (Alanya Ticaret ve Sanayi Odası):** Alanya’da ALTSO’nun kurulması için ilk çalışmalar 1991 yılına dayanmaktadır. Kuruluş için 12 kişilik bir girişimci bir grup tarafından 1.072 ticaret erbabının imzası toplanarak Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’na başvuru yapılmıştır. Bu başvurunun ardından ALTSO 18 Eylül 1991 tarihinde 1991-81 sayılı onay ile resmen kurulmuştur. Oda, ilk olarak Antalya Ticaret ve Sanayi Odası’na bağlı olarak hizmet vermekte iken gerekli personel ve teçhizat temininin ardından Alanya şehrinde hizmet vermeye başlamıştır (ALTSO, 2024). Kurulduktan sonra hızlı bir gelişme gösteren oda günümüzde ulaştığı seviye ve tüm imkanları ile birlikte şehrin sahip olduğu en güçlü STK’lar arasında yer almaktadır. Odanın çalışmaları incelendiğinde şehirde ticaret ve sanayinin geliştirilmesinin yanı sıra turizm ile ilgili önemli görevler üstlendiği de görülmektedir. Oda, şehrin sahip olduğu kültür, sanat ve turizm kaynakları için incelemeler yaparak geliştirilmesi için çalışmalar düzenlemektedir. Bu çalışmalar kapsamında şehrin sahip olduğu turizm potansiyelinin ortaya çıkartılması, turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, turistler için güvenilir işletmelerin kurulması ve denetlenmesi de yer almaktadır. Turizm sektöründe gelişmenin sağlanabilmesi için düzenli olarak eğitimler ve konferanslar düzenleyen oda, şehirde turizm eğitimi veren kurumların (lise ve üniversitelerde) gelişmesi için de birtakım çalışmalar yapmaktadır. ALTSO’nun turizm sektörü için vermiş olduğu eğitimlere yabancı dil eğitimleri (Rusça, Almanca vb.), misafir ilişkileri yönetimi, bilgisayar uygulamaları ve veri analizi, gıda ve hijyen eğitimleri, itirazlar ve şikayetler karşısında durum

yönetimi, algı ve profesyonel imaj, otel işletmeciliği, misafir davranışlarının analizi ve misafir sadakati oluşturma, otel yöneticilerine yönelik profesyonel çözümler örnek olarak gösterilebilir (ALTSO, 2023b). Oda, aynı zamanda alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesinde, şehrin uluslararası alanlarda tanıtımlarının yapılmasında, fuar ve etkinliklerin düzenlenmesinde de büyük role sahiptir. Ayrıca Alanya şehrinin sahip olduğu ürünlerin geliştirilip hem yurtiçinde hem de yurtdışında tanıtımlarının sağlanması amacıyla Alanya Muzu, Alanya Avokadosu, Alanya Yeni Dünyası gibi yiyecek ürünlerinin coğrafi işaret tescilinin alınmasında büyük katkıları bulunmaktadır (ALTSO Ekonomik Rapor, 2022). ALTSO yönetimi içerisinde odanın kuruluş amacına uygun çalışma, mesleğin menfaatine uygun olarak gelişmesini sağlama, üyelerinin halk ve birbiri ile olan ilişkilerini düzenleme, meslek grupları arasında gerekli tedbirlerin alınması, incelemelerin yapılması, meslek gruplarına uygun hareket edilmesi ve uygun olmayan davranışların sergilenmesi durumunda gerekli işlemlerin yapılması için 24 adet komite bulunmaktadır. Yapılan yüz yüze görüşme sonucu elde edilen bilgiler sonucunda bu 24 komite içerisinde yer alan 14 komitenin turizm ile doğrudan bağlantılı olduğu diğer komitelerin de dolaylı olarak bağlantılı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu komitelerin her ay düzenli bir şekilde toplanarak şehirde turizm ve ticaretin geliştirilmesi için gerekli önlemlerin alınması ve uygulanması için çalışmalar yaptığı, şehirde turizm etkinliklerinin düzenlenmesinde etkili ve önemli paydaşlardan birisi olduğu yine görüşme sonucunda elde edilen bilgiler arasında yer almaktadır.

- **ALTİD (Alanya Turistik İşletmeciler Derneği):** Dernek 1985 yılında kurulmuş olup 24 Temmuz 2002 yılında Bakanlar Kurulu Kararı ile kamu yararına çalışan dernek statüsüne sahip olmuştur. Derneğin temel amacı hem bölgesel turizmin hem de ülke turizminin gelişip yaygınlaştırılması için gerekli olan her türlü girişimin yapılması ve hizmetlerde bulunulmasıdır. Kuruluş amaçları arasında; tanıtım çalışmaları, fuarlar, spor organizasyonları, sosyal ve kültürel etkinlikler, sektörel gelişimin sağlanmasına yönelik faaliyetler, projeler, üyelere yönelik çalışmalar ve eğitim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi yer almaktadır. Derneğin üye sayısı 271 olup yatak kapasitesi 99.200'dür (ALTİD, 2020). Üyelerinin büyük çoğunluğu bakanlık belgeli tesis yatak kapasitesine sahip olan ALTİD ülkemizdeki belgeli yatak kapasitesinin yaklaşık olarak %10'unu oluşturmaktadır. Dernek çalışmalarında ziyaretçilere ait veriler raporlanmakta olup şehirdeki turizmin, tanıtılması geliştirilmesi ve

sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik faaliyetler gerçekleştirmektedir. Ayrıca ALTİD, Türkiye Otelciler Federasyonu (Türofed)'na üye olan 17 kurucu dernekten birisidir (Türofed, 2024).

- **TÜRSAB Alanya BYK (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Alanya Bölgesel Yürütme Kurulu):** 28 Eylül 1972 tarihinde yürürlüğe giren 1618 sayılı kanun ile Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği kurulmuş olup bölgesel yürütme kurulları ile faaliyet göstermektedir. TÜRSAB, 36 ayrı bölgede örgütlenmiştir. Bir hizmet bölgesi olarak da TÜRSAB Alanya Bölgesel Yürütme Kurulu kurulmuştur TÜRSAB Alanya Bölgesel Yürütme Kurulu'nun temel amaçları arasında şehirde seyahat acenteciliğinin meslek disiplini haline gelmesi, bu meslek disiplinin geliştirilmesine yönelik faaliyetler, şehirde turistler ve seyahat acenteleri tarafından karşılaşılan sorunların çözülmesine yönelik çalışmalar, şehrin turizm sektöründeki yaşanan gelişmeleri ve karşılaşılan sorunlara yönelik olarak kamuoyunu bilgilendirmek ve yetkili mercileri durumdan haberdar etmek yer almaktadır. Ayrıca bünyesinde yer alan seyahat acentelerinin istikrarlı bir şekilde hizmet sunmaları için hem idari hem de denetleyici görevler üstlenmektedir (TÜRSAB, 2019).
- **ALTAV (Alanya Turizm Tanıtma Vakfı):** ALTAV, 10 Eylül 1995 tarihinde Alanya turizminin bir bütün olarak tanıtılması ve şehirde yapılan organizasyonların çeşitlilik kazanması için ALTISO, TURSAB Alanya BYK, Alanya Şoförler Odası, Alanya Esnaf ve Sanatkârlar Odası ve toplamda 108 kişinin bir araya gelmesi ile kurulan bir sivil toplum kuruluşudur. ALTAV'ın kurulmasının temel amaçları şu şekilde ifade edilebilir: Alanya'yı ve bölgeyi ulusal ve uluslararası alanda tanıtmak, bölgenin turizm potansiyelinin ve kapasitelerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapmak, destinasyonun ve bölgenin ekonomik, tarihi, kültürel ve turistik değerlerini geliştirmek, değerlendirmek, bölgesel turizmin kalitesinin artırılarak etkin reklam ile pazarlama politikalarının oluşturulması ve bu doğrultuda yürütülen araştırmalara maddi ve manevi destek sağlamak (ALTAV, 2024).

### 2.3. ALANYA'DA TURİZM POLİTİKASI UYGULAMALARI

1982 yılında Turizm Teşvik Kanunu'nun yürürlüğe girmesinin ardından sahil şeridi, daha aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır. Denizlerden yoğun olarak faydalanan turizm işletmelerinin yaygınlaşmasıyla deniz suyundaki kirlilikte zaman içerisinde artış yaşanmaya başlamıştır (Akış, 2007). Deniz kirliliği konusunda daha önceleri turizm işletmeleri, yerel yönetimler ve plajı kullanan

bireylerde farkındalık düzeyi düşük olmasına rağmen son yıllarda ciddi boyutta önem kazanan bir konu haline dönüşmüştür. Günümüzde deniz kirliliğinin periyodik olarak meydana geldiği yaygın olarak kabul edilmekte yerli ve yabancı turistler de bu sorundan memnuniyetsizliklerini dile getirmektedir. Dünya turizminde olduğu gibi Alanya turizmi açısından da deniz, güneş ve kum turizmi önemli bir turizm çeşidini oluşturmaktadır. Alanya'nın plajları geniş kumsallardan oluşmakta olup yüzme koşulları nedeniyle de Mavi Bayrak ödülüne layık görülmüştür. Mavi Bayrak, deniz suyunun ve yüzmek için kullanılan plajların temizliği ile standartları tanımlayan, standartların sağlanıp sağlanmadığını denetleyen dünya çapında uluslararası bir uygulamadır. Gerekli nitelikleri karşılayan sahillere bir yıl süreyle geçerli olmak üzere Mavi Bayrak Belgesi verilmektedir. Alanya Belediyesi Çevre Koruma ve Kontrol Müdürlüğü ile ALTİD iş birliğinde gerçekleştirilen çalışmalarla birlikte Alanya destinasyonu 2021 yılında 6 halk plajı, 70 tesis plajı, 1 engelsiz plajı ve 1 marina ile toplamda 78 Mavi Bayrak Belgesi'ni alarak Antalya bölgesinde en fazla mavi bayrağa sahip olan ikinci şehirdir (Alanya Belediyesi, 2021). 2023 yılında destinasyondaki mavi bayrak sayısı 85'e yükselmiştir (ALTİD, 2023). Alanya'nın deniz suyunun rengi kıyı boyunca maviden turkuza doğru değişmektedir. Deniz turizmine imkân sağlayan sahil şeridi ve iklim olanaklarına rağmen Alanya şehrinin sahip olduğu deniz turizminden tam olarak faydalanamadığı görülmektedir. Şehrin büyük bir kıyı şeridi uzunluğuna sahip olmasına, tüm kıyı boyunca denizden yararlanma imkânının olmasına rağmen halkın ve turistlerin sadece belirli alanlarda denize girebildiği tespit edilmiştir. Bazı bölgelerde deniz, etrafında bulunan oteller tarafından çevrilmekte olup bu alandan sadece otelde konaklayan turistlerin yararlanabildiği otel dışındaki turistlerin ve yerli halkın bu bölgede denizden ve kumsaldan yararlanamadığı gözlemlenmektedir. Ayrıca şehir merkezinde yer almayan ancak deniz turizmi açısından büyük potansiyele sahip çoğu bölgenin turistlere tanıtımının yapılmadığı ve çoğunun yerli halk tarafından bile bilinmediği tespit edilmiştir. Merkezde yer almayan bu bölgelerin sahilinin kumsal olması, denizin temiz ve sığ olması ile özellikle turistler için cazibe merkezi olma potansiyeli yüksek olan alanlardır. Ancak bu bölgeler için resmi ve resmi olmayan aktörler tarafından aktif olarak politikaların oluşturulup uygulanmadığı da tespit edilmiştir. Bu duruma paydaşlar arasındaki koordinasyon ve iletişim eksikliği ile çıkar çatışmalarının yaşanması neden olmaktadır.

Şehirde turizm faaliyetleri aktif olarak başlamadan önce deniz suyu oldukça temiz iken turizm sektöründe yaşanan aşırı talep artışı sebebi ile özellikle yaz aylarında kısmen deniz kirlilikleri yaşanmaya başlamıştır. Bu durumun en önemli

sebeplerinden biri denize karşı olan talebin beklenilenden daha fazla olması ve turistik faaliyetlerinin ekseriyetle deniz kıyısına yakın olan bölgelerde gelişim göstermesidir. Şehrin temel geçim kaynağının turizme dayanmasından dolayı deniz ve çevre kirliliği bakımından şehirde yerel yönetimler tarafından önlemlerin alındığı görülmektedir. Geçmiş yıllarda Alanya Kaymakamlığı tarafından kurulan Alanya Deniz ve Çevre Kirliliği Komisyonu, Alanya'nın deniz ve sahillerinde çevre kirliliği konusunda denetimler yaparak kirliliğin oluşmasını önlemek için birtakım çalışmalar yapmıştır. Alanya Belediyesi Çevre Koruma ve Kontrol Müdürlüğü ile ALTİD'in iş birliğinde deniz kirliliğinin önlenmesi konusunda düzenli çalışmalar yapılmaktadır. Alanya Belediyesi Çevre Koruma ve Kontrol Müdürlüğü'nün görevleri arasında belediye sınırları içerisinde sahil, deniz ve limanlarda deniz kirliliği konusunda araştırma ve çalışmalar yapmak; bu konularda plan ve projeler hazırlamak; deniz, çay, menfez, durgun su, dere, akarsu gibi alanlarda çevre kirliliği konusunda oluşan şikayetleri değerlendirmek; çevre mevzuatına uygun bir şekilde sonuçlandırmak ve raporlamak gibi görevleri bulunmaktadır. Alanya Belediyesi Çevre Koruma ve Kontrol Müdürlüğü bu görev ve sorumlulukları ALTİD ile birlikte yürütmektedir. Ayrıca yine Alanya Belediyesi tarafından, her yıl düzenli olarak turizm birliklerinde, yerel derneklerde ve belediyelerdeki "Yerel Mavi Bayrak" sorumlularına yönelik yapılan sürdürülebilir çevre etkinlikleri, deniz kirliliği ile mücadelede bilinçlendirme çalışmalarına ve bu alanlarda düzenlenen diğer eğitim seminerine aktif olarak katılım sağlandığı görülmektedir (Alanya Belediyesi, 2023).

Alanya Belediyesi tarafından 2007 yılında kurulan Katı Atık Ayırıştırma Tesisinin hizmete girmesi ile birlikte şehirde katı atık problemleri büyük ölçülerde azaltılmaya çalışılmaktadır (Akış,2007). Ancak bu çalışmalara rağmen son yıllarda şehirde bazı alanlara katı atıkların rastgele bırakıldığı ve bu durumun engellenemediği gözlemlenmektedir. Kış aylarında denizin dalgalanması ve yağışların artması sebebiyle şehirde sahil boyunca sıklıkla katı atıkların kıyıya vurma problemi de yaşanmaktadır. Oluşan bu tarz sorunlarda Alanya Belediyesi Çevre Koruma ve Kontrol Müdürlüğü ve ALTİD gibi STK'ların sahil temizlik ekibi ile iş birliği yapılarak çevre ve kıyıların temizliği yapılmaktadır (ALTİD, 2024). Şehirde her ne kadar belirli dönemlerde çevre kirliliği konusunda birtakım sorunlar yaşansa da yerel yönetim organlarının ve STK'ların bu konuda gerekli politikaları hazırlayıp uygulamaya koyduğu görülmektedir. Gerek yerel yönetim organları tarafından uygulanan idari ve mali yaptırımlar gerekse STK'lar tarafından uygulanan yaptırımlar ile şehirde deniz ve çevre kirliliğinin en düşük seviyelere düşürülmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca destinasyondaki STK'lar tarafından üyelerine kendi buldukları alanların temizliğinin sağlanması ve

korunması için de sürekli bilgilendirmeler yapılmaktadır. Şehrin temel geçim kaynağının turizm olması ve şehre gelen turistlerin deniz, güneş ve kum turizminden en verimli şekilde fayda sağlamayı beklemesinden dolayı şehirde yer alan resmi ve resmi olmayan aktörlerin yanı sıra turistik ürün sunan işletmelerin de deniz ve çevre kirliliği konusunda birtakım önemleler aldığı görülmektedir. Sahilde yer alan büfelerin her sabah kıyıyı ve çevreyi temizlemesi, şehirdeki yiyecek içecek işletmelerinin her sabah işletmenin çevresini temizlemesi ile şehir merkezinde yer alan esnafın bulunduğu sokak ve caddeyi sabah erken saatlerde temizlemesi ve gün boyunca temiz kalması için çalışması bu konulara örnek olarak gösterilebilir.

Kanun, yerel yönetimlere turizmin gelişmesi ve devamlılığının sağlanabilmesi için birçok yetki ve sorumluluk vermiştir. Bu bağlamda özellikle turizm odaklı destinasyonlarda belediyeler, turizm kaynaklarının etkin ve verimli bir şekilde kullanmak, uluslararası girişimlerde bulunmak, projeler hazırlamak, nitelikli personel istihdamı için turizm ile ilgili birimler oluşturmaktadır. Kurulan bu birimler yalnızca kendi uzmanlık alanlarında faaliyet gösterdikleri için yerel yönetim organlarının başarısına da katkı sağlayacaktır. Ancak yapılan incelemede Alanya Belediyesi'nde sadece turizm için kurulan bir birimin olmadığı yapılan çalışmaların Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü çatısı altında yürütüldüğü tespit edilmiştir.

Alanya şehri için hayati bir önem taşıyan turizmin en olumsuz etkilerden birisi şehrin zaman içerisinde bir beton yığına dönüşmesidir. Şehirde zamanla turizm hareketliliğinin artmasıyla birlikte gelir elde etme çabalarının plansız kentleşmeye yol açtığı bunun da şehir merkezinde aşırı yapılaşma ve ciddi boyutlarda trafik sorunlarına yol açtığı gözlemlenmektedir. Şehirde yaşanan trafik sorununun artması ile çevresel anlamda da birtakım sorunlar yaşanmaya başlamıştır. Diğer yanda destinasyonda bulunan bazı oteller ve seyahat acentelerinin çevre yönetim sistemi konusunda yüksek standartları sağlayan uluslararası alanda kabul gören "Travelife Sertifikasyon Programı"nı uyguladığı görülmektedir. Bu uygulama ile turizm hizmeti sunan işletmeler belgelendirilerek çevreye olumsuz etkiler en aza indirilmekte, çalışanlara iyi davranılmakta ve bulunduğu destinasyona olumlu katkılar sağlanmaktadır. 2011 yılında BAKA tarafından Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Mali Destek Programı kapsamında desteklenen "Sorumlu Turizm Sorunsuz Gelecek" isimli proje hazırlanmıştır. Bu proje için ALTSO tarafından uluslararası alanda çevreye duyarlı tesisler için hazırlanan "Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi" sertifikasının şehirde ve bölgede tanıtılması, yaygınlaştırılması için çalışmalar yapılmaktadır. Travelife programının uygulanabilmesi için ALTSO tarafından



sektörde yer alan işletmelere eğitim verilmektedir. Bu uygulamanın denetlenmesi ise yine ALTSO tarafından verilen hizmetlerle ve eğitimlerle sağlanmaktadır. AB tarafından desteklenen projede İtalya, Fransa ve Avusturya gibi ülkeler yer almakta olup Türkiye destinasyonunu temsil etmek için Alanya ilçesi seçilmiş ve ALTSO bu programın çalışmalarını koordine edebilecek tek yetkili kurum olarak belirlenmiştir (ALTSO, 2012). Alanya’da bu uygulama dışında AB ile uyum süreci için yapılan çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalara ilişkin yapılan toplantılar Alanya Kaymakamlığı, Alanya Belediyesi, Antalya Büyükşehir Belediyesi, ALTSO, ALTİD, TÜRSAB Alanya BYK, ALTAV, Skal Alanya, ALKÜ, Alanya Kent Konseyi ve Batı Akdeniz Sanayi ve İş Dünyası Federasyonu ve iştirakçi kuruluşlarla birlikte yapılmaktadır (Alanya Kaymakamlığı, 2018a). Şehirde sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi ve geliştirilebilmesi için tüm paydaşlar tarafından bu tür uygulamaların desteklendiği, birlikte hareket edilerek politikaların oluşturulduğu görülmektedir. Sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi adına turistik hizmet sunan işletmelerde, bu tür programların uygulanması bilinçli tüketicilerin destinasyona çekilmesinde bir pazarlama aracı olarak kullanılabilir.

Alanya şehrinin geçmişinin yörük kültürüne dayanması sebebiyle aktif olarak yaylacılık faaliyetleri yapılmaktadır. Ancak gelişen dünyada yaylacılık faaliyetinin farklı bir boyut kazanarak hem dinlenme hem eğlenme hem de ekonomik olarak getiri sağlamaya yönelik aktivitelerin yapıldığı bir alana dönüştüğü görülmektedir. Fakat destinasyonda bu alanların yeteri düzeyde geliştiği ve tanıtımlarının yapıldığı söylenememektedir. Alanya’da yapılan yayla turizmi faaliyetleri incelendiğinde bazı yaylaların yerel yönetim organları tarafından doğrudan desteklendiği bazı yaylalara ise gerek duyulduğu takdirde araç gereç temini yapıldığı görülmüştür. Bu sebeple yapılan etkinlikler kurumsal yapı sağlanamamasından dolayı yeterli düzeyde gelişim gösterememektedir. Gökbel Yaylası’nda yapılan festivaller kurumsallaşmış bir gelenek halinde yıllardır düzenli bir şekilde yapılmaktadır. Ayrıca burada yapılan etkinlikler doğrudan Alanya Belediye’si tarafından yürütüldüğü için bu yayladaki şenliklere özgü gelenekselleşmiş devamlılığın sağlanması, tanıtımlarının bütün alanlarda yapılması, şenlik günlerinde şehirden yaylaya ücretsiz otobüs seferlerinin düzenlenmesi, etkinlik alanlarında kamp yerlerinin kurulması katılımcı sayısını arttırmaya yönelik çalışmaların yapılması gibi birtakım çalışmalar yürütülmektedir. Ancak etkinlikleri ve festivalleri belediye tarafından direkt desteklenmeyen yaylalarda ise bu uygulamaların tam olarak yapılmadığı görülmektedir. Mahalle muhtarları ve dernekler tarafından organize edilen festivaller yerel yönetimler tarafından yeterli desteği almadığından dolayı

kurumsal bir yapı kazanıp geleneksel hale dönüşmemektedir. Tanıtım ve reklam çalışmaları geniş alanlarda yapılamadığı için de katılımcı sayılarında bir artış gözlemlenmeyip sadece yöre halkına hitap eden etkinlikler şekline bürünmektedir. Bu etkinliklere örnek olarak Kızılova Yayla Şenlikleri verilebilir. Tokar Yayla Şenlikleri de doğrudan yerel yönetim organları tarafından desteklenmeyen ve Çamlıçalılar Derneği tarafından organize edilen bir etkinliktir. Çamlıçalılar Derneği bölgenin ve kültürünün korunup tanıtımının yapılması için her yıl geleneksel olarak şenlikler düzenlenmektedir. Yapılan şenliklere ünlü sanatçıların davet edilmesi ile katılımcı sayısının artırılmasına yönelik çalışmalar yine dernek tarafından yürütülmektedir. Alanya şehrinde yapılan yayla etkinlikleri incelendiğinde ne merkezi idare tarafından ne de yerel yöneticiler ve STK'lar tarafından genel olarak bu alanlara özgü politikaların oluşturulup uygulanmadığı görülmüştür. Bu etkinlikler turistik işletmeler tarafından da turistlerin şehir merkezinde kalması amacıyla desteklenmemektedir. Ayrıca Alanya destinasyonunda bulunan bazı yaylalar kış aylarında da turizm açısından elverişli konumdadır. Ancak bu yaylalara yönelik olarak ne kış etkinliklerinin ne de diğer etkinliklerin desteklenip bu konuda şehirde yer alan paydaşlar tarafından etkili politikalar oluşturulup uygulanmamaktadır. Alanya şehri yaylaları bakımından gelişmekte olup bu yaylalara turistik amaçlı turlar yapılmaktadır. Ayrıca Alanya şehir merkezine yaklaşık 41 kilometre uzaklıkta bulunan Sapadere Kanyonu, Antalya Büyükşehir Belediyesi ve Alanya Kaymakamlığı tarafından yapılan çalışmalarla ziyarete açılmıştır. Bu alanlara İpek Koza Çiçeği işleme atölyesi kurularak kültür turizminin gelişip yaygınlaştırılması için çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalarla birlikte alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi için gerekli imkanlara sahip olduğu görülmüştür.

Şehrin hemen 25 km. kuzeydoğu kesiminde bulunan Toros Dağları'nın bir kolu olan Akdağ sahip olduğu 2.451 metre yükselti ile kar yağışı olarak kış sporları için gerekli olan doğal şartları taşımaktadır (Bayraktar, vd. 2020). Akdağ her ne kadar Akdeniz iklimi sınırları içerisinde yer alsa da kasım ayında başlayan kar yağışı nisan ayının ortalarına kadar sürmekte ve kar kalınlığı iki metreye kadar ulaşabilmektedir. Karın yerde kalma süresi yaklaşık olarak 6 ay olan bölgede kış sporları için elverişli alanlar bulunmaktadır (Sarı, 2010). Akdağ'ın sahip olduğu kış turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi adına kayak merkezi oluşturulması için çalışmalar yapılmaktadır. Ancak Akdağ Kayak Merkezi projesi yıllar içerisinde çeşitli aşamalardan geçmesine rağmen maalesef henüz hayata geçirilememiştir. Proje bölgedeki bütün turizm paydaşları tarafından desteklense de uygulama aşamasında bu konuda ortak bir çalışma yapılarak yerel

politikanın oluşturulup uygulanmadığı görülmüştür. Ayrıca proje her ne kadar bölgede yer alan aktörler tarafından desteklense de merkezi idare tarafından onay alınamadığı için hayata geçirilememektedir (Çoban, 2023). Bu nedenle Alanya için kış turizmi açısından yerel ve merkezi olarak turizm politikaları oluşturulduğundan bahsedilememektedir. Ancak Akdağ'ın kış turizmi için aktif hale getirilmesi sonucunda Alanya'nın sahip olduğu yaz turizmi potansiyeli ile Akdağ'ın sahip olduğu kış turizm potansiyeli bütünleşecektir. Bu durumda da şehirdeki turizm sezonu kavramı son bularak turizmin yılın neredeyse tüm aylarına yayılacağı, böylece hem turizmden elde edilen gelir artarken hem sektörde çalışan kişilerin yıl boyunca istihdam edilebilecek hem de destinasyonun ulusal ve uluslararası turizm pazarındaki payının daha da arttırabilecektir.

Turizm faaliyetleri, günümüzde insanların temel ihtiyaçlarından birisi haline gelmiştir. İnsanlar yoğun ve stresli iş hayatına kısa bir ara vermek, ulaşım araçlarının artan hızı, ulusal sınırların öneminin azalması, destinasyonların çeşitli kaynakları barındırması, güvenli olması, yenilik ve merak dürtüsü gibi çeşitli nedenlerle buldukları yerlerden farklı yerlere seyahat etmeyi istemektedirler. Turizm, günümüzde içerdığı bu ihtiyaç ve sosyokültürel katkılarının yanı sıra ülke ekonomisindeki olumlu katkısı nedeniyle yönetim, planlama ve politika gerektiren bir faaliyet haline gelmiştir. Özellikle Alanya gibi temel geçim kaynağı turizm olan destinasyonlar için bu durum gittikçe daha önemli bir hale gelmektedir. Turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkileri göz önünde bulundurulduğunda sektörde nitelikli işgücü ihtiyacının sağlanabilmesi için bu alanda eğitim almış uzmanlara olan ihtiyaç yadsınamaz bir hale gelmiştir. Alanya şehrinde yer alan her iki üniversite turizm sektörüne büyük katkı sağlamaktadır. Bu üniversitelerde turizmle ilgili bölümlerin, meslek yüksekokullarının ve şehir için araştırma merkezlerinin bulunması ile birlikte turizm sektöründe ihtiyaç duyulan eğitim alan vasıflı ve yetenekli personelin yetiştirilme olanağı bulunmaktadır. Bu kurumlarda yetiştirilen vasıflı personelin şehirdeki turistik işletmelerde istihdam edilmesinin, turizm sektörünün geliştirilmesi, müşterilerin memnuniyetinin ve sürdürülebilirliğin sağlanması gibi pek çok alanda olumlu etkisi olduğu göz ardı edilmemelidir. Bu üniversitelerdeki akademik personelin ve öğrencilerin ulusal ve uluslararası yarışmalara, etkinliklere ve konferanslara katılımıyla şehrin akademik alanda da tanıtımın yapılmasına olanak sağlanmaktadır. Ayrıca şehre kurulması planlanan uluslararası üçüncü bir üniversitede de turizm alanında eğitim veren bölümlerin yer almasının planlanmaktadır (Kutay, 2023). Bu durumda da şehirde turizm sektöründe çok sayıda nitelikli personelin yetiştirilmesine olanak sağlanacaktır. Turistik hizmet

sunan işletmelerin sektör ile ilgili bilgi donanımına sahip, eğitim sürecinde turizm işletmelerinin pratiklerini öğrenen, iletişim becerilerini etkin bir şekilde kullanabilen ve yabancı dil bilgisine sahip nitelikli personele ihtiyaç duymaktadır. Sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personel şehirde yer alan eğitim kurumlarında yetiştirilmektedir. Özellikle turizm alanında eğitim veren bölümlerde sektör temsilcileri ile öğrenciler sık sık bir araya gelmektedir. Böylece sektörün öğrencilerden beklentileri hakkında bilgi verilirken aynı zamanda bilgi ve tecrübelerin öğrencilere aktarılması da sağlanmaktadır. Şehirde bulunan iki üniversitenin toplamda 14 adet fakülte, 6 adet meslek yüksekokulu ve 2 adet yüksekokulu aktif olarak faaliyetlerine devam etmektedir (ALKÜ, 2024; Alanya Üniversitesi, 2024). Şehrin akademik olarak bu kadar güçlü olmasının yanında kongre turizminin geliştirilmesi için de birtakım çalışmalar yapılmaktadır.

Turizm sektörünün yerel ekonomi içerisinde önemli bir rol oynadığı ve büyük oranda kitle turizmine bağımlı olan bölgelerin bu bağımlılığa mevcut doğal ve kültürel değerleri sürdürülebilir bir şekilde koruyacak alternatif yaklaşımlar geliştirmesi gerekmektedir. Bu durumda kongre turizmi, alternatif turizm çerçevesinde ele alınan sürdürülebilir anlayış gerektiren bir turizm çeşididir. Alanya, ülkemizde önemli bir turizm destinasyonu olmasına rağmen kongre turizmi faaliyetlerinde henüz yeni yeni gelişmeler göstermektedir. Destinasyonda yer alan kongre çalışmaları incelendiğinde tüm aktörlerin birlikte hareket ettiği görülmüştür. ALTSO, ALTİD ve ALTAV gibi SKT'lar katılmış oldukları uluslararası fuar ve etkinliklerde Alanya destinasyonunun kongre merkezi olarak tanıtılması konusunda önemli roller oynamakta ve şehirde yapılan kongrelerin sayısını arttırılmasına yönelik çalışmalarda bulunmaktadır (Dökdök, 2019). Destinasyonun sahip olduğu mevcut değerler ile kongre turizmine uygun olduğu, kitle turizmine olan bağımlılığın azaltılması için kongre turizmi potansiyeli tüm paydaşlarca değerlendirilmesi gereken bir konudur.

Şehirde yapılan kongre ve sempozyumlar incelendiğinde her yıl düzenli olarak etkinliklerin yapıldığı da görülmüştür. Ayrıca bu etkinliklerin sadece üniversitelerin bünyesinde değil yerel yönetim organlarının bünyesinde ve desteğinde gerçekleştirilmektedir. Buna göre Alanya Belediyesi ve diğer paydaşların destekleri ile düzenlenen bazı etkinlikler şu şekilde sıralanabilir (Alanya Belediyesi, 2023):

- Alanya Uluslararası Yerel Yönetimler Sempozyumu,
- 2. Uluslararası Yörük Yaşamı, Kültürü ve Türk Sanatları,
- Uluslararası İnes Kongresi,
- 14. Uluslararası Dünya Dili Türkçe Sempozyumu,

- Uluslararası Alanya Taş Heykel Sempozyumu,
- Alanya Uluslararası Ahşap Heykel Sempozyumu,
- 5. International Conference of Contemporary Affairs in Architecture and Urbanism (ICCAUA).

Şehirde yıllardır düzenli olarak yapılan ve artık gelenekselleşme eğiliminde olan etkinlikler düzenlenmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde bölgede yer alan tüm aktörlerin destinasyondaki akademik çalışmaların sayısının artırılması konusunda katkıları bulunmaktadır. Özellikle yaz turizmi dışında kalan dönemlerde turizm hareketliliğinin devam etmesi için tüm paydaşlar tarafından şehirde yapılan kongre turizmi faaliyetlerinin ve bu amaçla gelen turist sayılarını arttırmaya yönelik etkili tanıtım çalışmaları yapılarak bu amaçla politikalar uygulanmaktadır.

Akdeniz Bölgesi'ni ziyaret eden turistler genellikle acenteleri aracılığıyla satın alınan "Her Şey Dahil" konseptindeki otellerde konaklamakta ve turistik faaliyetleri daha çok güneş, deniz ve kum üçlüsüne odaklanmaktadır. Ancak bölge bu üçlünün dışında sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal, özelliklerle birlikte turistik faaliyetlere daha da çeşitlilik getirebilecek büyük bir potansiyel taşımaktadır. BAKA, bu konuda turistik faaliyetlerin çeşitliliğinin artırılması, turistlerin bölgede kalış sürelerinin uzatılması ve bölgesel turizm gelirlerinin artırılmasına yönelik birtakım çalışmalar yapmaktadır. Ajans, 2020 yılından itibaren sorumlu olduğu TR61 bölgesinde sahil şeridi boyunca yoğunluk gösteren turizm faaliyetlerinin iç kesimlere doğru genişletilip yaygınlaştırılması ve turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilerek tüm yıla yayılması için çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalar ile turizm merkezlerinin değerlerinin ön plana çıkartılması, turizm gelirlerinin artırılması, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi olmak üzere bütün bölgenin turizmden en üst seviyede yararlanması ve istihdam alanlarının artırılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda hazırlanan 2020-2023 Ekoturizminin Geliştirilmesi Sonuç Odaklı Programı ile Antalya ili kırsalında kalan bütün alanlarda ekoturizm için gerekli olan altyapı ve üstyapılarının iyileştirilmesi ve ekoturizm faaliyetlerinin geliştirilip yaygınlaştırılması için çalışmalar yapılmaktadır (BAKA, 2020). BAKA aynı zamanda Alanya özelinde de birtakım projeler geliştirerek destinasyonun alternatif turizm çeşitliliğinin artırılmasına yönelik çalışmalar da yapmaktadır. Bu kapsamda destinasyonda 9.491.314 TL değerinde 25 adet proje hazırlandığı görülmektedir. Hazırlanan bu 25 projelerin içerisinde Alanya destinasyonunda alternatif turizmin desteklenmesi, geliştirilmesi, turizm potansiyellerinin araştırılması ve değerlendirilmesi, turizm sektöründe rekabetçiliğin artırılmasına yönelik projeler de yer almaktadır.

BAKA, hazırlamış olduğu projelerle birlikte destinasyonun sahip olduğu bütün turizm potansiyellerinin ortaya çıkartılması, turizm sektörünün canlandırılması, geliştirmesi için tanıtım çalışmaları ile planlamalar yaparak ulusal ve uluslararası arenada düzenlenen toplantı ve fuarlara katılım sağlanmıştır (BAKA, 2023). BAKA'nın hazırlamış olduğu tüm bu çalışma ve projelerle birlikte Alanya destinasyonunda alternatif turizmin kaynaklarının geliştirilip destinasyonu ziyaret eden turist sayısını ve turizm sektöründen elde edilen gelirleri arttırmak amaçlanmaktadır.

Destinasyon sağlık turizmi potansiyeli incelendiğinde de pek çok avantaja sahip konumdadır. Destinasyonda sağlık alanında farklı türlerde operasyonların ve tedavilerin yapılabileceği kuruluşların olması, bu kuruluşlarda teşhis ve tedavi için gerekli tıbbi cihazların bulunması sağlık turizminin gelişebilmesi için büyük bir önem taşımaktadır. Bölgede yer alan Gazipaşa ve Antalya havaalanları sayesinde sağlık turizmi için destinasyona gelen turistlere ulusal ve uluslararası alanda ulaşım kolaylığı da sağlanabilmektedir. Ayrıca destinasyonda uluslararası niteliklere sahip pek çok konaklama tesisinin oluşu sağlık turizmi için gelen turistlerin tedavi sonrasında tatil yapmalarına imkân sağlamaktadır. Ancak destinasyon sahip olduğu tüm bu özellikleri ve potansiyellere rağmen sağlık turizmi açısından büyük gelişmeler gösterememektedir. Şehirde yapılan akademik çalışmaların sayısı çok olsa da sağlık alanında yapılan akademik çalışmaların (kongre, sempozyum ve çalıştayların) yeterli olmadığı görülmüştür. Ayrıca sağlık alanında verilen hizmetlerin kalitesinin iyi olması sağlık turizminde tek başına yer edinmek için yeterli olmamaktadır. Bu alanda güçlü bir tanıtıma ihtiyaç duyulmaktadır. Bölgesel olarak sağlık alanında ne kadar iyi hizmet verilse de bu alanda bir politika olarak tanıtımların, çalışmaların yapılmadığı ve bu alanda gelişmelerin beklenen oranlarda yaşanmadığı görülmüştür. Destinasyonda sağlık alanında sadece yerel aktörler tarafından hazırlanan politikalara değil devlet tarafından da hazırlanıp desteklenen politikalara ve teşviklere ihtiyaç duyulmaktadır. Yerel paydaşlar tarafından uluslararası alanda destinasyonun sahip olduğu sağlık turizmi potansiyelinin tanıtımının yapılması, devlet tarafından sağlık turizminin önündeki bürokratik engellerin kaldırılması, sağlık turizmi eğitimi olmayan işletmeler için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması ve bu alanda ücretlendirme konusunda politikaların hazırlanıp uygulanması gerekmektedir. Devlet tarafından sağlık turizmi için hazırlanan politikalara tüm paydaşların uyum sağlaması da gerekmektedir. Merkezi idare ve yerel paydaşlar tarafından oluşturulan politikalarla sezon dışı olarak ifade edilen kış aylarında turizm faaliyetlerinin devam ettirilmesine fırsat sunacaktır.

Küreselleşen dünya ile birlikte artık turistlerin de tercihlerinde birtakım değişiklikler gözlemlenmeye başlamıştır. Turizm faaliyetinde bulunan turistler eğlenme ile dinlenmenin yanında artık farklı aktivitelerin bir arada yapıldığı ve zamandan tasarrufun sağlandığı seyahatleri tercih etmeye başlamıştır. Bu tercihlerin arasında spor turizmi de zaman içerisinde gelişerek önemli bir kavram haline dönüşmüştür. Alanya destinasyonu spor turizmi açısından değerlendirildiğinde pek çok avantaja sahiptir. Bu avantajlar hem ülkemizde hem de uluslararası alanda tanınan bir turizm destinasyonu oluşu, ılıman iklimin kış aylarında avantaja dönüşmesi, bölgenin sahip olduğu coğrafi yapısı ve doğası, uzun yıllardır bölgede yapılan ulusal ve uluslararası spor organizasyonlarının başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi şeklinde sıralanabilir (ALTSO, 2010). Şehirde aktif olarak hizmet sunan 18 adet futbol sahası, 6 adet spor salonu, bir adet kapalı olimpiik yüzme havuzu, bir adet açık yüzme havuzu ve bir adet özel kapalı yüzme havuzu olmak üzere toplamda üç yüzme havuzu yer almaktadır (Alanya Kaymakamlığı, 2024). Destinasyonda iklim koşullarının 12 ay boyunca sportif faaliyetlerin yapılmasına elverişli olması, birbirinden farklı spor dallarının yapılmasına uygun olan spor tesislerinin varlığı ile spor turizminin yılın tüm aylarına yayıldığı görülmektedir. Alanya'da gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası bazı spor organizasyonları şu şekilde sıralanabilir (ALTSO Ekonomik Rapor, 2022):

*Uluslararası Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu, Alanya Uluslararası Dağ Bisikleti Yarışı, Alanya Uluslararası Yol Bisikleti Yarışı, Uluslararası Plaj ve Açık Alan Hentbolu Şampiyonası, Avrupa Triatlon Kupası, Uluslararası ve Ulusal Urban Ball (Sky Ball), Uluslararası Alanya Yüzme Şampiyonası, Uluslararası Çocuk Eskrim Kupası, Uluslararası Plaj Voleybolu ve Plaj Futbolu, Tekvando Gençler Türkiye Şampiyonası, Atatürk Halk Koşusu ve Yarı Maratonu, Alanya Sokak Basketbolu Turnuvası, Alanya Futbol Turnuvası, yüzme yarışları, salon hokeyi, voleybol, hentbol, tenis turnuvaları.*

Bu etkinlikler dışında şehirde; spor federasyonlarının milli takım hazırlık kampları, spor federasyonlarının lig sportif faaliyetleri ve kampları, okulların spor organizasyonları, spor federasyonlarının antrenör hakem, gözlemci eğitim seminer ve faaliyetleri ve Gençlik Hizmetleri Daire Başkanlığı Gençlik Merkezi Müdürlüğüne yürütülen birtakım gençlik spor faaliyetleri düzenlenmektedir (Alanya Kaymakamlığı, 2024). Alanya'da organize edilen spor turizmi

faaliyetleri incelendiğinde bu alanda yerel yönetim organları ve STK'lar iş birliği halinde faaliyetlerini yürütmektedirler. Bölgenin spor turizmi açısından uluslararası alanda tanıtımının yapılması, bölgeye daha fazla sporcunun çekilmesi, gelen ziyaretçiler için uygun ortamların hazırlanması ve sürekliliğin sağlanabilmesi adına bölgede yer alan bütün paydaşlar politikaların hazırlanması ve uygulanmasında etkilidir. Akademik anlamda da şehirde bulunan eğitim kurumlarının çalışmaları ile spor turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Bu bağlamda destinasyonda spor turizminin geliştirilmesine yönelik politikalar sektörde yer alan paydaşların iş birliği halinde hazırlanmakta ve uygulanmakta olduğu ifade edilebilir. Politikaların paydaşların katkıları ile oluşturulması ve uygulanması sonucunda destinasyonda bazı spor etkinliklerinin yıllardır tekrarlanması sonucunda gelenekselleştiği ve kurumsal bir yapı kazandığı da görülmektedir. Bu etkinliklerden bazılarını örnek olarak 2023 yılında destinasyonda yapılan 32. Alanya Triatlonu, 58. Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu'nun Alanya destinasyonunda başlaması (Alanya Belediyesi, 2023b) ve 2002 yılından beri her yaz geleneksel olarak yapılan plaj hentbol turnuvası verilebilir (AlanyaCup, 2023). Ayrıca Alanya destinasyonu çeşitli milletlerden sporcuların katılımı ile gerçekleştirdiği spor organizasyonlarını başarılı bir şekilde tamamlaması sonucunda Avrupa Spor Başkentleri ve Şehirleri Federasyonu (ACES Europe) aracılığı ile "2024 Yılı Akdeniz Spor Başkenti" olarak ilan edilmiştir (Alanya Kaymakamlığı, 2023).

Uluslararası arenada rekabetin artması ile turizmde de çeşitlenme stratejileri ön plana çıkmakta ve deniz turizminin ötesinde alternatif turizm çeşitleri araştırılmaya başlamıştır. Alanya şehrinde de sadece deniz, kum ve güneş turizminin yanı sıra kültür, doğa, yat, kongre, sağlık, festival ve gastronomi gibi birçok turizm çeşidinde çalışmalar yapılmaktadır. Bu bağlamda Alanya destinasyonunda düzenlenen festivallerin teşvik edici, destekleyici veya tamamlayıcı olarak turizmle üç türlü ilişkisinin olduğu söylenilebilmektedir. Şehirde Alanya Belediyesi öncülüğünde düzenlenen festivallerle birlikte turizm faaliyetleri için turistlerin bölgeye çekilmesi için teşvik edilip destinasyonda kalış sürelerinin uzatılması ve yaz sezonu dışında diğer mevsimlerde de turistik faaliyetlerin sürdürülmesinin amaçlandığı ifade edilebilmektedir. Alanya destinasyonunda festival düzenlenmesinde kültürün en etkili faktörlerden biri olduğu söylenilebilir. Destinasyonda 2000 yılından beri her yıl mayıs ayı içerisinde "Alanya Uluslararası Turizm ve Sanat Festivali" düzenlenmektedir (Türk ve Seydioğulları, 2018). Festivalin Alanya Uluslararası Turizm ve Sanat Festivali şeklinde isimlendirilmesinden dolayı turizmden sanata kadar birçok etkinliği barındırdığı düşünülmekte olup; "turizm" kelimesini içermesi ile



bölgedeki turizm faaliyetlerini desteklediği, “uluslararası” kelimesi ile de festivalin hedef kitlesinin yerli ve yabancı tüm turistler olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. Ancak bu isimlendirmede festivalin ana teması ile ilgili bilgiye rastlanılmamakta olup Alanya Belediyesi’nin resmî web sayfası incelendiğinde her yıl farklı tema ve konseptlerde organize edildiği görülmektedir. Düzenlenen bu festival ile destinasyonun tanıtımının ve reklamının yapılması, bir tarih ve medeniyet kenti olarak yöresel kültürün tanıtılması amaçlanmaktadır. Her yıl farklı bir tema ve konsept ile hazırlanan festivalde yerel yemek ve sanat tezgahlarının yanı sıra müzik etkinlikleriyle yöresel değerlerin sergilendiği etkinliklerin düzenlendiği görülmektedir. Festivalde ayrıca Alanya şehrinin geçmişten günümüze sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik yapısını anlatan fotoğraf sergileri de yer almaktadır. Festival, her yıl Atatürk anıtı önünde Yörük Göçü ile başlamakta olup, festival sürecinde düzenlenen büyük konserlerle devam etmektedir (Alanya Belediyesi, 2023a). Yıllar boyunca düzenli olarak organize edilen bu festivaller incelendiğinde genellikle yerel halka ve yerli turistlere hitap ettiği görülmektedir. Şehirde yaşayan yerleşik yabancıların da son birkaç yıldır festivale ilgi gösterdiği görülmektedir.

Festivallerin destekleyici rolü öncelikle turistik destinasyonlar için tanıtım, markalaşma ve destinasyon imajı yaratmayı içermektedir. Ancak Alanya’da düzenlenen festivaller şehrin henüz farklılaşması, markalaşması ya da imajını oluşturulması noktasında büyük gelişmeler gösterememektedir. Alanya destinasyonunda düzenlenen festivaller incelendiğinde yabancı turistlerden daha çok yerel veya bölgesel kesime hitap ettiği görülmektedir. Bu nedenle Alanya’da düzenlenen festivallerin öncelikli olarak iç turizme yönelik olmasının sonucunda tam olarak turizm kavramı ile örtüşmediği ifade edilebilir. Alanya destinasyona kardeş şehirler gibi çeşitli projeler çerçevesinde gerçekleştirilen festivallerle yurt dışından çok sayıda turist gelmesi amaçlansa da esas olarak yabancı turistlerin hedef kitle olmamasından dolayı şehrin bir festival destinasyonu olarak tanımlanmasında yetersiz kalınmaktadır (Güden, 2020). Destinasyonda festival turizminin geliştirilmesi adına Alanya Belediyesi tarafından birtakım çalışmalar yürütülmektedir. Bu kapsamda Alanya ile kardeş şehir olan Gladbeck arasında festival çalışmaları yürütülmektedir. İki şehir organize edilen festivallerle düzenli olarak birbirlerine ziyaretler gerçekleştirilmektedir. Avusturya, Almanya ve Alanya’da; Gladbeck Fotoğrafçılar Kulübü, Alanya Fotoğrafçılar Kulübü ve Schwechat Fotoğrafçılar Kulübü’nün iş birliğinde düzenlenen fotoğraf sergileriyle birlikte destinasyonların tanıtımlarının artırılması amaçlanmaktadır. Alanya Belediyesi, her yıl eylül ayında Gladbeck’de düzenlenen Elma Festivali’nde stant açarak destinasyonun tanıtım ve reklamının yapılması

sağlamaktadır. Ayrıca festivali kazanan kişinin Alanya’da bir hafta tatil yapma hakkının olması da destinasyonun tanınırlığına olumlu etkide bulunmaktadır (Öktem vd.,2016). Yine Alanya Belediyesi tarafından destinasyonda festival turizminin geliştirilebilmesi için birtakım politikaların yürütüldüğü görülmektedir. Bu amaç ile diğer kardeş şehirlerle ortaklaşa çalışmalar yapılarak destinasyonda daha fazla uluslararası festivallerin organize edilmesi, fotoğraf sergilerinin yapılması, uluslararası spor müsabakalarının düzenlenmesi ve bu etkinliklerle ilgili ortak basılı yayınların hazırlanması gibi çalışmalar yürütülmektedir. Alanya destinasyonunda yapılan festival organizasyonları incelendiğinde en aktif olarak çalışma yapan aktörün Alanya Belediyesi olduğu görülmektedir. Destinasyondaki festivaller her ne kadar belediye tarafından organize edilse de diğer paydaşlar ve aktörler yapılan bu etkinliklerde aktif bir şekilde yer alarak yurt dışında fuarlarda tanıtım ve reklam çalışmaları yapmaktadır. Ancak diğer paydaşlar tarafından yapılan çalışmalar bir koordinasyon ve iş birliği halinde düzenlenmediğinden dolayı yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle Alanya destinasyonunda festival etkinlikleri konusunda bütün paydaşlar tarafından iş birliği ve koordinasyon halinde hazırlanıp uygulanan festival turizmi politikalarının varlığından söz edilememektedir.

Destinasyonlar arasındaki rekabet günümüzde turizm faaliyetlerinin çeşitlenmesine yol açmaktadır. Bu rekabet ortamında destinasyonlar varlıklarını devam ettirebilmek ve turistlerin tercihleri arasında yer alabilmek için birtakım stratejiler izlemektedir. Bu stratejiler kimi zaman tüm destinasyonu içerebilmekteyken kimi zamanda destinasyondaki bir ürünün ön plana çıkarılmasını içerebilmektedir. Bu amaçlara hizmet eden belirli olarak yemek ve mutfak deneyimlerine odaklanan bir turizm çeşidi olan gastronomi turizmi karşımıza çıkmaktadır. Son dönemlerde turistlerde gastronomi turizmine olan talebin artması uluslararası turizm pazarında var olan rekabetin daha da büyümesine yol açmaktadır. Gastronomi turizminin mevsimsel bir özelliği olmadığı da söylenilebilir. Bu özelliği sayesinde gastronomi turizminin bir destinasyondaki turizm sezonunun uzatılmasına ve turizm faaliyetlerinin on iki aylık bir süreye yayılmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca gastronomi turizmini yerel halka ekonomik ve kültürel olarak da katkı sağlamaktadır. Gastronomi turizmi bir yandan sahip olunan mevcut değerlerin korunması ve yaşatılmasına katkı sağlarken diğer yandan da ürünlerin pazarlanarak bölgenin ekonomik olarak gelişmesini hızlandırmaktadır. Bu bağlamda gastronomi turizmi destinasyon pazarlaması ve markalaşması konusunda önemli bir role sahiptir (İbiş, 2020). Taşıdığı tüm bu özelliklerden dolayı destinasyonlarda gastronomik unsurların

korunması, gelecek nesillere aktarılması ve turizm faaliyetleri kapsamında pazarlanması amacıyla politikalar geliştirdiği görülmektedir.

Alanya destinasyonu incelendiğinde şehir içerisinde yöresel lezzetleri sunan işletmelerin sayısının az olduğu burada sunulan ürünlerin fiyatlarının yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun Alanya'ya özgü yöresel ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarda tanınırlığını olumsuz etkileyeceği düşünülmektedir. Fakat Alanya Belediyesi başta olmak üzere son yıllarda yerel aktörler tarafından gastronomi konusunda farklı çalışma ve planlamalar yapılmaktadır. Alanya yöresel yemekleri öncelikli olmak üzere Türk Mutfağı da destinasyonu ziyaret eden turistlere etkin bir şekilde tanıtılmaya çalışılmaktadır. Alanya Belediyesi tarafından yapılan çalışmalarla birlikte Alanya Gastronomisi'nin korunması, gelecek nesillere aktarılması ve turizm faaliyetleri bakımından değerlendirilip şehrin turistler tarafından daha fazla tercih edilen bir destinasyon olmasına yönelik politikalar oluşturulduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalarla birlikte Alanya Kalesi, içerisinde bulunan tarihi yapıların mimari değerleri korunarak aslına uygun olarak restore edilip yemek müzesine haline dönüştürülmüştür (Alanya Belediyesi, 2018). Müzede hem yerli hem de yabancı turistler için şehrin yöresel lezzetlerinin tanıtıldığı yer sofraları, şehrin mutfağına ait araç gereçler ve bal mumundan yapılmış yöresel kıyafetleri giyen kadın heykelleri yer almaktadır. Müzeyi gelen turistlerin yöresel lezzetlerin tadına bakma şansları da bulunmaktadır. Alanya Belediyesi tarafından yöresel mutfağın uluslararası alanda tanıtımının yapılmasına yönelik birtakım çalışmalar da yapılmaktadır. Belediye tarafından bu amaç doğrultusunda "Mutfak Mirası Alanya" isimli bir proje hazırlanmıştır. Alanya destinasyonu, gerçekleştirilen bu proje sayesinde ülkemizde Culinary Heritage Europe (Avrupa Mutfak Mirası) sisteminde yer alan ilk şehir olma özelliğini kazanmıştır (Alanya Belediyesi Mutfak Mirası, 2017). Alanya Belediyesi tarafından gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik olarak yapılan bir diğer çalışma da destinasyonda düzenlenen 8. Gastro Alanya Uluslararası Yemek Yarışması'dır. Belediye ve destinasyonda bulunan Altın Kepece Turizm ve Aşçılar Derneği iş birliğinde organize edilen yarışmaya ülkemizin farklı şehirlerinden ve yurtdışından birçok yarışmacı ile jürinin katıldığı gözlemlenmektedir. Yarışmaya Azerbaycan, Cezayir, Tunus, İngiltere, Kuzey Makedonya, Mısır, Irak, Ürdün, Malta, Fas, Hırvatistan, Filistin, Romanya, Rusya, Özbekistan gibi ülkelerden davet edilen jüri üyeleri ile tanınırlığın artırılmasına yönelik olumlu katkıların yapıldığı görülmektedir. Ayrıca yarışma sadece usta şeflere, üniversite ve lise düzeyi öğrencilere yönelik olmamakla birlikte Alanya Yöresel Yemekleri, Ev Hanımları ve Alanya Tropikal Meyve Yemekleri gibi şehrin tanıtımının yapılmasına yönelik etapları da

içermektedir (Alanya Belediyesi, 2023c). Etkinliğin bu şekilde organize edilmesi ile birlikte tüm kesimlere hitap etmesi ve daha fazla ziyaretçinin etkinliğe katılıp şehrin tanınırlığının artırılması amaçlanmaktadır.

Gastronomi tarım, kültür ve turizm unsurlarına dayanan bir turizm çeşididir. Tarım unsuru yiyecek ürünleri, kültür unsuru özgünlüğü ve tarihi son olarak da turizm unsuru altyapı ve turiste sunulan hizmetleri kapsamaktadır. Bahsedilen bu üç unsur çekicilik yaratarak destinasyonun pazarlanması için imkân sunmaktadır (Du Rand ve Heath, 2006). Bir başka ifade ile mutfak kültürü günümüzde yeme-içme deneyimleri ve gastronomi festivallerine katılım, turizm faaliyetlerinde çekici unsurlardan birisi haline dönüşmektedir (Martins, 2016). Bu sebeple yöresel ürün ve yöresel mutfak açısından zengin ürünleri olan destinasyonların gastronomi faaliyetlerini teşvik ederek yöresel ürünlerin tanıtımına önem vermesi gerekmektedir. Yapılan çalışmada Alanya'nın yöresel ürün açısından zengin bir destinasyon olduğu görülmektedir. Ancak gıda ürünleri olarak değerlendirildiğinde şehrin bu kadar zengin değerleri barındırmasına rağmen sadece dört ürünün coğrafi işaret olarak tescillendiği görülmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin sayısının bu denli az olmasının gastronomik ve turistik ürünlerin turizm amacıyla kullanılmasında yetersiz kaldığını göstermektedir. Coğrafi İşaret olarak tescil alan ürünler: Alanya Avokadosu (2018 yılında), Alanya Yenidünyası (2018 yılında) Alanya Gülüklü (Hülüklü) Çorbası (2019 yılında) ve Alanya Muzu (2022 yılında)'dur (Arslan, 2023). Alanya Belediyesi ile yapılan yüz yüze görüşme sonucunda 2 Mayıs 2024 tarihinde destinasyona özgü Fıstıklı Limonata'nın coğrafi işaretli ürün olarak tescillendiği ve yine destinasyona özgü ürünler olan S pasta ile Keçiboynuzu'nun tescil edilmesi için gerekli başvuruların yapıldığı bilgisi edinilmiştir. Bu ürünlerin tescillenmesinde Alanya Belediyesi ve bölgede bulunan şeflerin büyük katkıları bulunmaktadır. Ayrıca destinasyonda bulunan STK'larda yapılan tanıtım çalışmaları ile gastronomik ürünlerin uluslararası arenada tanıtım ve reklamlarının yapılmasının da önemli rol oynadığı görülmektedir. Düzenli olarak yapılan fuarlarda Alanya Kaymakamlığı, Alanya Belediyesi, ALTSO, ALTİD, Alanya Sanayici İş adamları Derneği, Alanya Ziraat Odası, Alanya Muz Üreticileri Birliği, Alanya Avokado Üreticileri Birliği gibi kuruluşların çalışmalar yaptığı görülmektedir. Fuarlarda bu kuruluşlar tarafından açılan stantlarda sadece destinasyona ait coğrafi ürünler değil bölgede yetiştirilen tropik meyveler, şehre ait Alanya ipek dokuma ürünleri ve el sanatları gibi kültürel değerlerin tanıtılması için de çalışmalar yapılmaktadır (ALTSO, 2023a). Yapılan çalışmalar incelendiğinde şehirde yer alan bütün paydaşların gastronomi turizminin geliştirilmesi konusunda ortak politikalar uyguladığı görülmektedir. Şehre ait ürünlerin korunması, aslına uygun olarak pişirilmesi, bu pişirilme

yöntemlerinin nesilden nesile doğru bir şekilde aktarılması ve bu ürünlerin turizm amacı ile kullanılmasına yönelik çalışmaların koordinasyon ve iş birliği halinde hazırlanıp uygulandığı görülmektedir. Ancak yapılan çalışmalar, dokümanlar ve kurumların web sayfaları incelendiğinde bu çalışmaların yapılmasında Alanya Belediyesi'nin diğer kuruluşlara göre daha fazla katkıda bulunduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca destinasyondaki gastronomi turizmini geliştirilmesine yönelik uygulama ve çalışmalar kamu kurumları ve bazı STK'lar ile sınırlıdır. Şehir merkezinde turistler için yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeler incelendiğinde menülerde yöresel gastronomik ürünlere yer verilmediği görülmektedir. Bu tutumun turistik işletmelerde bireysel çıkarların ön planda yer almasının bir sonucu olduğu düşünülmektedir. Bu durumda gastronomi turizminin resmi ve özel kurumlarda tanıtılması için politikalar uygulansa da yerel işletmelerde bir karşılık bulamamaktadır.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **ALANYA'DA YEREL TURİZM POLİTİKALARINDA YAŞANAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

#### **3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Turizm sektörü, turistlerin yapmış oldukları harcamalar sonucunda; mevcut olan ve yeni işletmeler için alternatif iş alanlarının açılması, ticarete yeni imkanların oluşturulması, dövize bağlı gelirden artış elde edilmesi, hükümetin vergilerden gelir elde etmesi, altyapı yatırımlarının teşvik edilmesi ve bölgesel anlamda ekonomik gelişmelere destek vermesi sebebi ile ülkeler için önemli bir endüstri dalıdır (Dwyer vd., 2010). Turizmin bu ekonomik etkilerinin yanında sosyal ve kültürel etkilerinin de olabilmektedir. Örneğin turistler; ziyaretlerinde sadece dinlenme, eğlenme ve gezip görmeyle kalmayarak gidilen destinasyonun değer yargılarını, yaşam biçimlerini veya farklı alışkanlıklarını da kendi ülkelerine götürebilmektedirler (Kozak vd., 2017). Bu nedenle turizm etkinliğinde sadece turistlerin değil; turizm bölgesinde yaşayan insanların ve bu insanların davranış ile tutumlarının büyük etkileri olmaktadır (Deery vd., 2012; Haley vd., 2005). Bu sebep ile turizm sadece ekonomik bir gelir sağlamakla kalmamakta aynı zamanda kültürlerin tanıtılması ve sergilenmesine de imkân tanımaktadır (Ingles, 2002).

Turizm amacıyla kullanılan destinasyonlar veya bölgeler turizm faaliyetlerinde çevre boyutuyla da etkilenmektedir. Bu etkiler olumlu ya da olumsuz bir şekilde çevreye yansiyabilmektedir (Ağbay, 2019). Ormanlık alanların azalması, karbondioksit emisyonunun artması (Malik vd., 2016), ticaret açıklığı, enerji talebi ve tüketiminin artması, kentsel nüfus artışı ve turizm taşımacılığı ile doğal çevrenin tahrip edilmesi olumsuz etkilere örnek olarak verilebilir (Zaman vd., 2017; Öztürk vd., 2018). Olumlu etkileri ise; ulusal parkların oluşturulması, doğal ve kültürel etkilerle oluşan fiziksel çevrenin korunması ve geliştirilmesi, vahşi yaşam parklarının oluşturulup korunması ve tarihi ev veya anıt gibi yapıların korunup onarılması şeklinde sıralanabilmektedir (Sharpely, 2006). Ayrıca turizm bir destinasyonda yerel yönetim organlarının, iletişim ve etkileşimin, küçük veya büyük havalimanlarının, otellerin turistik alanların veya cadde gibi altyapı unsurlarının geliştirilmesine de olanak sağlamaktadır (Mbaiwa, 2005). Dolayısı ile turizm çevre üzerindeki bu etkilerinin aynı zamanda turizmin desteklenip geliştirilmesine olan inancı da arttırmaktadır (Bertan, 2009).

Turizmin yukarıda bahsedilen olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması veya en az seviyeye indirilmesi için etkili politikaların oluşturulma ve uygulanması

gerekmektedir. Farklı boyutlarda oluşan etkiler turizm sektöründe farklı aktörleri ve farklı paydaşları etkilemektedir. Turizm politikaları, turizm faaliyetlerini geliştirilmesi için kapsamlı yapılar oluşturmaktadır. Bu yapı içerisinde yer alan kamu ve özel sektör faaliyetlerinin de uygulanan turizm politikasının amaçlarını geliştirmesi beklenmektedir (Ağbay, 2019). Uygulanan turizm politikalarıyla istihdam ve döviz oranlarında artış, ekonomik gelişme, turizmin istikrarlı bir şekilde gelişmesi ve sektörde yer alan paydaşların en yüksek seviyede yararlı olmasına olanak sağlanmaktadır (Kokkranikal vd., 2011).

Turizmin uzun vadede geliştirilip sürdürülebilmesi için sektörde yer alan tüm paydaşlar tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Ancak tüm paydaşların aynı oranda etkilenmediği ve bazılarının politika yapımı ve uygulanma sürecinde daha etkili olduğu bilinmektedir (Andriotis vd., 2019). Turizm Politikalarının oluşturulmasında özellikle sektörde yer alan öncülerin ağırlığı ön plana çıkabilmekte, bu durumda politikaların oluşturulma sürecini etkilemektedir (Yüksel vd., 2012).

Turizm sektörünün çok aktörlü bir sistem olması nedeniyle politikaların oluşturulmasında tüm aktörlerin sürece katılmaları gerekmektedir. Çünkü her aktör sürece kendi çıkar ve beklentisi nedeniyle farklı açılardan yaklaşabilmektedir. Seyahat acenteleri, turistik ürün üreten işletmeler, rehberler ve konaklama işletmeleri, turizm alanında yatırım yapan yatırımcılar gibi paydaşların yer alması ile turizm sektöründe karmaşık bir yapı oluşmakta ve turizm politikalarının oluşturulma ve uygulanma süreci olumsuz etkilenebilmektedir. Bu çalışmada da yerel turizm politikası sürecinde yaşanan sorunların araştırılmasının temel sebebi; çok aktörlü ve karmaşık olan turizm sektöründe oluşturulan yerel politikaların sektöre ve aktörlere en yüksek seviyede fayda sağlaması, turizmden elde edilen ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin turizm politikalarına olumlu yansımalarının sağlanmasıdır. Buradan hareketle bu çalışmasının temel amacı Alanya'da 2010 yılından itibaren yerel turizm politikaları ile ilgili sorunların tespit edilmesi ve gelecek dönemlerde daha etkin, verimli ve uygulanabilir turizm politikalarının oluşturulması için bazı önerilerin sunulmasıdır. Böylece söz konusu sorunların ortadan kaldırılmasıyla sektörün ve aktörlerin en yüksek seviyede fayda sağlaması, turizmden elde edilen ekonomik, sosyal, çevresel çıktılar ile şehrin turizmden aldığı payın artırılması ve turizmin potansiyel getirilerinden daha fazla yararlanılması hedeflenmektedir.

### 3.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ, ÖRNEKLEM VE KISITLARI

Araştırmanın evreni Alanya'da turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanmasında rol alan aktörlerdir. Çalışma kapsamında politikaların oluşturulma sürecinde etkisi bulunan 18 kişi ile görüşmeler yapılmıştır.

Olgubilim çalışmaları verilen olgunun özünü tanımlayabilmek için yapılmaktadır. Bu nedenle de olgubilim çalışmalarında, çalışma grubu içerisinde yer alan kişilerin araştırılan olgu ile ilgili düşünce, görüş ve deneyimlerine odaklanılmıştır. Çalışmalarda olgu ile ilgili deneyimleri olan kişilerden ayrıntılı bilgiler edinilmektedir. Bu nedenle çalışma grubunun amaca yönelik olduğu, büyüklüğünün ise küçük olduğu belirtilmektedir (Baker vd., 1992). Yapılan bu çalışma görüşmelerdeki cevaplar tekrar edilene kadar devam etmiştir.

Çalışmada aktarılabirliği sağlamak amacıyla amaçlı örneklem seçilmiştir. Nitel araştırmalarda amaçlı örneklem, genellikle amaçlı olarak seçilmiş küçük örneklem gruplarıyla, hatta bazen tek bir örnekleme derinlemesine yapılabilir. Amaçlı örneklem, detaylı çalışmalar için bilgi açısından zengin durumların seçilmesini sağlar (Patton, 2014). Bu yöntem, araştırmacıların belirli bir konu veya durum hakkında derinlemesine bilgi edinmelerine olanak tanır. Amaçlı örnekleme stratejisi, araştırma sorularını en iyi şekilde yanıtlayabilecek bilgi kaynaklarını hedef alır ve genellikle belirli deneyimlere, özelliklere veya bakış açılarına sahip bireylerin seçilmesi anlamına gelir. Araştırmacılar, bu örnekleme seçerken katılımcıları yapılan çalışma için deneyim, bilgi sahibi olması gibi en uygun özelliklerine göre belirleme imkanına sahiptirler (Başkale, 2016). Çalışmada amaçlı örneklem yöntemlerinden de ölçüt örneklem seçilmiştir. Ölçüt örneklem, temel kriterlere dayanan (Veal, 2018), önceden belirlenmiş önem taşıyan ölçütleri karşılayan ve bu durumları inceleyen (Patton, 2014) ya da aynı ölçüte sahip olan ve kalite teminine yardımcı olan bütün durumlar olarak tanımlanabilmektedir (Miles ve Huberman, 2016). Ölçüt örneklem yönteminde araştırmaya dahil edilen katılımcılar Alanya'da turizm politikalarının hazırlanmasında ve uygulanmasında etkili olan resmi ve resmi olmayan aktörler olarak planlanmıştır. Bu aktörlerden bazıları kamu kurumu yöneticileri bazıları siyasi partilerin ilçe başkanları bazıları da turizm sektöründe uzun yıllar boyunca faaliyet gösteren ve sektörde yer alan meslek örgütlerinin temsilcileridir.

Çalışma 2010 yılından 19 Kasım 2023 yılına kadar olan süreci kapsamaktadır. Çalışmada, 2010-2023 yılları arasında Alanya'da yaşanan turizm politikaları sorunları ortaya konmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla çalışma Alanya şehrinde 2010 yılı sonrasında uygulanan turizm politikaları ile sınırlıdır.

Çalışmada yer alan katılımcıların fikir, görüş veya eleştirilerinin de araştırma için sınırlılık oluşturabileceği düşünülmektedir. Bunun nedeni ise turizm politikası oluşturma ve uygulama sürecinde yer alan her aktörün kendi çıkarları doğrultusunda



yorumlamalarının söz konusu olabilmesidir. Ayrıca nitel araştırmalarda katılımcıların cinsel eğilimleri, yaşamları ya da siyasi düşünceleri gibi konular hakkında bilgi vermek istememeleri, veri toplama sürecinde sınırlılıklar yaratabilmektedir (Özkan ve Kaya, 2015). Bu nedenle de araştırmada yer alan katılımcıların zaman zaman çalışmanın doğası gereği siyasi konulara girebilen durumlar hakkında yorum yapmak istememesi, çekinmesi ya da cevap vermemesi de bir sınırlılık olarak kabul edilebilmektedir (Ağbay, 2019).

### 3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bilimsel araştırma, problemlere güvenilir çözümler üretmek amacı ile planlı ve sistemli bir şekilde verilerin toplanıp analiz edilmesi, ardından yorumlanıp değerlendirilmesi ve rapor edilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2005). Bilimsel araştırma yöntemi ise araştırmacının amacını gerçekleştirebilmesi için kullandığı genel yöntemler olarak ifade edilmektedir (Türkdoğan, 2003). Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan fenomenolojik (olgu bilim) yöntem esas alınarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Nitel araştırmalar, kuram oluşturmayı temel alan bir anlayış ile sosyal olguları bağlı buldukları ortam içerisinde araştırıp anlamayı temel alan; gözlem, görüşme ya da belgeleri değerlendirme yöntemi ile bilgi edinen ve elde edilen bilgileri de analiz ederek geliştirilen araştırmalardır (İslamoğlu, 2011). Bu nedenle nitel araştırmalar dokümanların incelenip, davranışların gözlemlendiği ve katılımcılarla bizzat görüşülerek verilerin toplandığı araştırmalar olarak da ifade edilmektedir (Creswell, 2016). Nitel araştırmaların aşamaları ise çalışılacak konunun saptanması, çalışmadaki katılımcıların belirlenmesi, hipotezlerin üretilmesi, verilerin toplanması ve verilerin analizidir (Büyüköztürk vd., 2008).

Fenomenolojik (olgubilim) yöntem; yaşanmış deneyimi değerlendirmeye odaklanan bir yöntem olarak ifade edilmektedir (Jasper, 1994; Miller, 2003). Olgubilim ilk olarak olgu veya kavramın ortak anlamlarını keşfetmek için kişiler tarafından yaşanan deneyimlerin temelini açıklamaya çalışmaktadır (Baker vd., 1992). Bir diğer ifade ile olgubilim araştırmalarında veri kaynakları odaklanılan olguyu yaşayan ve bu olguyu dışı vurabilen birey ya da gruplar olarak ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu nedenle olguyu yaşayan bireylerin olgu ile aralarında bir bağlantının olduğu vurgulanmaktadır (Onat Kocabıyık, 2015). Olgubilimde, bireyin olguyu yorumlayıp düşüncesini oluşturma aşamasında geçmiş deneyimler ile içerisinde yaşamış olduğu toplumun ortak düşünce yapısından etkilenmektedir (Koch, 1995). Olgubilim araştırmalarında veri toplama aracı olguyu deneyimleyen kişilerle yapılan görüşmeleri kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Görüşme yöntemleri ise yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve yarı

yapılandırılmış görüşme yöntemi olarak uygulanmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme yönteminde sorular görüşme öncesi hazırlanmaktadır. Görüşme yönteminde hazırlanan sorular da açık uçlu ve kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır. Açık uçlu sorular ile araştırmacıya çalışılan konunun ve hazırlanan soruların daha ayrıntılı bir hale getirilmesi noktasında önemli bir esneklik sağlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Olgubilim çalışmalarında veri toplama sürecinin önyargısız, beklentisiz ve taslak belirlemeden gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bunun sonucunda hazırlanan görüşme sorularının genel, açık uçlu ve verilen cevapları etkilemeyi önleyecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir (Baker ve ark.,1992).

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle açık uçlu sorular kullanılarak yapılmıştır. Ayrıca bu çalışmada kullanılan açık uçlu soruların hazırlanmasında çeşitli kitaplar, makaleler ve çalışmalardan yararlanılmıştır. Çalışmada 2010 yılı sonrasında Alanya’da turizm sektöründe yer alan, yerel turizm politikalarının hazırlanmasında ve uygulanmasında rol oynayan, kamu ve özel sektörde üst düzey yöneticiler ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme sırasında verilerinin kaydedilmesinde izin verilen durumlarda ses kayıt cihazı kullanılmış izin verilmeyen durumlar not alma yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler ise araştırma bulguları kısmında soru cevap şeklinde verilerek değerlendirme yapılmıştır. Bu bağlamda araştırmacı tarafından görüşme yapılan katılımcıların demografik bilgileri Tablo 3.1’de gösterilmiştir.

**Tablo 3.1: Katılımcıların Demografik Bilgileri**

Katılımcı Bilgisi	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	Sektör	Görüşme Tarihi
K <sub>1</sub>	53	Erkek	Lise	Kamu Sektörü	29.04.2023
K <sub>2</sub>	62	Erkek	Lisans	Turizm Sektörü	29.04.2023
K <sub>3</sub>	48	Erkek	Lisansüstü	Turizm Sektörü	21.03.2023
K <sub>4</sub>	47	Erkek	Lisansüstü	Kamu Sektörü	19.10.2023
K <sub>5</sub>	50	Erkek	Lisans	Kamu Sektörü	21.03.2023
K <sub>6</sub>	54	Erkek	Lisansüstü	Turizm Sektörü	15.05.2023
K <sub>7</sub>	44	Erkek	Lisansüstü	Kamu Sektörü	23.03.2023
K <sub>8</sub>	37	Kadın	Lisansüstü	Turizm Sektörü	16.03.2023
K <sub>9</sub>	60	Erkek	Lisans	Turizm Sektörü	20.03.2023
K <sub>10</sub>	38	Erkek	Lisans	Kamu Sektörü	14.06.2023
K <sub>11</sub>	40	Erkek	Lisans	Siyasi Parti	30.03.2023
K <sub>12</sub>	56	Erkek	Ön Lisans	Turizm Sektörü	21.03.2023
K <sub>13</sub>	60	Erkek	Lisans	Kamu Sektörü	14.04.2023
K <sub>14</sub>	63	Kadın	Lisans	Siyasi Parti	15.04.2023
K <sub>15</sub>	45	Erkek	Lisansüstü	Siyasi Parti	05.05.2023
K <sub>16</sub>	36	Erkek	Lisansüstü	Siyasi Parti	06.05.2023
K <sub>17</sub>	50	Erkek	Lisans	Turizm Sektörü	16.05.2023
K <sub>18</sub>	38	Erkek	Lisansüstü	Kamu Sektörü	18.05.2023

Çalışmaya dahil edilen katılımcılar görüşme öncesinde çalışma hakkında bilgilendirilerek konu ve kavramlarla ilgili açıklamalar sunulmuş; çalışmanın amacı, hangi üniversitede, hangi anabilim dalında ve hangi enstitüde gerçekleştirildiğine dair bilgiler verilmiştir. Ayrıca katılımcılara araştırmacının imzasını taşıyan, istediği soruları yanıtlamama veya dilediği takdirde görüşmeden ayrılma hakkının bulunduğunu ve ses kaydı, alınan notlar veya verilerin tamamen bilimsel amaçlarla kullanılacağını, bilgilerin hiçbir takdirde üçüncü şahıslarla paylaşılmayacağını belirten Gönüllü Katılımcı Bilgi Formu verilmiştir. Bu formun ardından katılımcılara, yapılan görüşmeye onay verdiğini ve görüşmenin gerçekleştirildiğini kanıtlamak üzere görüşme tarihi ve katılımcının imza alanlarını içeren Katılımcı İzin Formu okutulmuş ve imzalatılmıştır. Görüşme sırasında elde edilen veriler daha sonra özenle metne aktarılmış ve katılımcıların görüşlerine zarar vermeden, kelimeler değiştirilmeden yalnızca gerektiğinde dilbilgisi ve noktalama işaretleri kullanılarak düzenlenmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılan çalışmada, verilerin analiz edilmesinde yöneltilen açık uçlu sorular ve elde edilen yanıtlar için kodlama yöntemi kullanılmıştır.

Çalışma kapsamında katılımcılara yöneltilen sorular,  $S_1, S_2, \dots, S_6$  kodlarıyla; görüşme gerçekleştirilen katılımcılar ise  $K_1, K_2, \dots, K_{18}$  kodlarıyla tanımlanmışlardır. Bu bağlamda bulgulara ilişkin değerlendirmeler bu kodlar göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmiştir.

### **3.4. ARAŞTIRMANIN VERİ ANALİZ YÖNTEMİ**

Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucuna elde edilen verilerin analiz edilmesinde betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Betimsel analiz yönteminin amacı elde edilen verilerin okuyucuya yorumlanarak sunulmasıdır. Bu amaçla sorulara verilen cevaplar ilk olarak açık bir şekilde betimlenmekte olup sonrasında bu betimlemeler açıklanarak yorumlanmakta ve neden- sonuç ilişkileri araştırılarak bazı sonuçlara ulaşılmaktadır. Araştırmacı verilen cevaplara göre temalar oluşturup yorumlama yapabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021).

İçerik analizi, kavram ve temaları saptamak için içerisinde veri barındıran bir materyalin ayrıntılı şekilde incelenip yorumlanmasıdır. Bu yöntem mülakatlarda, görsel ve yazılı unsurların analiz edilmesinde kullanılmaktadır (Berg ve Lune, 2015). Bu yöntemde elde edilen verilerin açıklayabilecek kavram ve ilişkilere ulaşmak amaçlanmaktadır. Betimsel analiz yöntemi ile özetlenip yorumlanan verilere içerik analizi yöntemi ile daha derin bir işlem uygulanmaktadır. İçerik

analizi yönteminde betimsel bir yaklaşım ile fark edilmeyen, verilerin içerisinde saklanabilen ve çalışma için önemli olabilecek detaylar ortaya çıkarılabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021).

### 3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu çalışmada 2010 yılı sonrasında Alanya’da turizm politikası konusunda yaşanan sorunlarını ortaya koyabilmek için görüşme soruları hazırlanmıştır. Bu başlığın altında görüşme sonrasında elde edilen veriler soru cevap şeklinde aktarılmıştır.

S<sub>1</sub>: Alanya ile ilgili sizin kurumunuz ya da diğer kurumlar tarafından üretilen yerel turizm politikaları hakkında bilginiz var mı?

[K<sub>1</sub>] *Elbette zaten belediyemiz bu işin merkezinde yani turizmin merkezinde bulunan birinci paydaşlardan birisi. Tabi bunun yanında işte ALTSO, ALTİD yani Alanya Turistik İşletmeciler Derneği ve ALTAV yani Alanya Tanıtma Vakfı gibi paydaşlar da bulunmaktadır. Bu paydaşları organize eden baş aktörlerinden birisi belediyemizdir. Dolayısıyla da belediyenin yaptığı yatırımlar ve işlerin çoğunluğu turizm sektörüne ait altyapı üst yapı işlemleridir.*

[K<sub>2</sub>] *Evet var. Ancak tabii süreç Alanya’da turizmle ilgili süreç sadece Alanya değil, Antalya’da ve hatta genel olarak ağırlıklı yurt dışından misafir alan destinasyon olarak tabir ettiğimiz İstanbul gibi Ege gibi bölgelerde turizm son derece hızlı gelişti. Dolayısıyla bu süreç içerisinde bir politika geliştirmek çok mümkün olmadı ancak gelişim içerisinde. Biz dernek olarak; Alanya Turizm İşletmecileri Derneği olarak şehirde turizmle alakalı mevcut ya da oluşan sorunları bertaraf etme önleme ve bu süreçte de oluşabilecek sorunların önceden öngörülerek engellenmesi adına ya da mevcut sorunların bertaraf edilmesi adına hepimiz çaba gösterdik. Tüm birimlerle irtibat halinde olduk. Kimdir bu birimler diyecek olursanız ticaret odası, belediye, lokantacılar, pansiyoncular odası, esnaf odası veya minibüsçüler derneği gibi tüm bu birimlerle de bir araya gelerek sorunların çözümü noktasında ne yapabileceğimizi ne şekilde hareket etmemiz gerektiği istişare ettik ama süreçte çok başarılı olduk mu? Tartışılır ama dediğim gibi Alanya ve Türkiye turizmi o kadar hızlı gelişti ki özellikle doksanlı yıllardan sonra maalesef buna çok önlem almak mümkün değildi. Kaldı ki bizim bölgemiz, Belek gibi Kundu gibi Kemer gibi tahsisli ve önceden devlet tarafından planlanmış olan bölgelerden değildi. Akdeniz bölgesine baktığımız zaman Alanya; Side, Kemer ve diğer tüm bölgelere rağmen öncelikli yabancı misafir alan bölge olduğunu söyleyebiliriz. Alanya’da turizm 1950’ li ve 1960’ lı yıllarda başladı tamam, diğer bölgelerde de vardı turizm ama bu bölge doksanlı yılların*

ortalarına kadar hatta 2000'li yıllara kadar bu işin lokomotifiydi. Yani turizmin lokomotifiydi diyebilirim.

[K<sub>3</sub>] Kurumumuzun adından da anlaşılacağı gibi turizm sektörü ile birebir direk ilgili bir kurumdur. Alanya'mızda turizmin geçmişi, gelişimi ve geleceği ile ilgili yapılan çalışmalarda yer alıyor, günün trend gelişmelerine paralel olarak kendimizi yeniliyoruz. Alanya'nın turizm sektöründe iyi bir destinasyon olabilmesi için diğer kurumlarla iş birliği içerisinde çalışıyoruz.

[K<sub>4</sub>] Kurum olarak Alanya'nın doğal güzelliklerini ve tarihi değerlerini dünyanın dört bir yanında tanıtarak ülkemize daha çok misafir getirmeyi ve döviz girdisi sağlamayı kendimize amaç edinmiş bulunmaktayız bu doğrultuda da politikalar oluşturmaya çalışmaktayız.

[K<sub>5</sub>] Alanya ile ilgili olarak Bakanlığımızca (Turizm Bakanlığı) üretilen turizm politikaları bulunmaktadır. Kış turizmi kapsamında Akdağ Kayak Merkezi ve nitelikli turizm çeşitlemesi adına ilçemizin dört farklı noktasında ilan edilmiş olan Golf Turizmi Sahalarını örnek olarak gösterebiliriz.

[K<sub>6</sub>] Özellikle Alanya ölçeğinde 180.000 yatak kapasitesinin olması ve tüm pazarların dikkatini çeken bir destinasyon olması turizm anlamında ciddi çalışmaların yapılmasını gerektiriyor. İn coming yaptığımız için şirket olarak in coming yaptığımız tur operatörleri ile ortak çalışmalar yapıyoruz. Özellikle tanıtım ve destinasyonun hangi alanlarda gelişebileceği ile ilgili çalışmalarımız mevcut. Tatil ve dinlenme amaçlı seyahatlerin yanında destinasyonun sunduğu ürün çeşitlerinin artması ile ilgili çalışmalar yerel ve kamu ile paylaşıyor. Özellikle yerel yönetimin bu konuda hem tanıtıma verdiği destek ki bu ALTAV (Alanya Tanıtım Vakfı) aracılığı ile oluyor hem de var olan değerlerin ortaya çıkarılması ve daha görünür olması ile ilgili katkılar sağlıyor. Özellikle Kale ve çevresi ve Sdyra Kalesi ile ilgili yapılan çalışmalar bunun en değerli örneklerindedir. Ayrıca ALTAV aracılığı ile gelişen ve değişen dünyada tanıtım çalışmalarının daha çok dijital alana kayması ile ilgili yoğun mesai yürütülüyor.

[K<sub>7</sub>] Biz kurum olarak diğer kurumlarla iş birliği içerisindeyiz. Akademik anlamda dünyadaki son güncel gelişmeler, ülkemizin turizm politikaları konusunda Alanya'nın diğer paydaşlarımızla iş birliği yapıyoruz. Bu konuda özellikle ALTİD olsun ticaret odası ile olsun kaymakamlık ve belediyemiz ile olsun turizm politikaları konusunda sürekli iletişime halindeyiz.

[K<sub>8</sub>] Kendi kurumum adına söyleyeyim. Biz kurum olarak maalesef çok fazla politika üretemiyoruz. Politikalara katkımız olarak daha çok Alkū ve diğer paydaşlar ile ortak çalışmalar düzenleme şeklinde oluyor. Özellikle turizmde istihdam sorunları ortaya konmaya çalışılıyor ki bence bu konu geçen yaz Alanya'nın en büyük sorunlarından birisiydi. Bu yaz da büyük sorun olarak

karşımıza çıkacağını düşünüyorum. Şöyle örnek vereyim geçen yıl biz otele aşçı ve takımı aradık bulamadık gelen aşçı böyle de bir sıkıntı var bulsan da 10 yıl boyunca her şey dahil bir sistemde çalışmış ve bizim otelimizde alakart bölümünde pilav yapamıyorlar. Cv'sine bakıyorsun 10 yıl aşçılık yapmış bir insan nasıl pilav yapmaz veya şunu akıl edemiyor alakartsın sen her gün sabahtan 10 tane köfteyi buzluktan çıkar hazırla. Bir ay zarar edersin belki çıkardığın köfteden ikinci ay sayıyı tutturursun elbette. Onun yerine bunu hesaplamadığı için köfte siparişi gelince direkt buzluktan çıkarıp tavaya atıyor ve o pişirmede sorun yaşıyor bu da müşteriye negatif olarak yansıyor. Yani aslında üretilmesi gereken en büyük politikada nitelikli personel istihdamı diyebilirim. Burada kimi istihdam edeceğiz kalifiye dediğimiz kim neye göre kalifiye. Aslında bir politika olarak henüz öyle bir şey üretilmedi ama üniversiteler ile sanayi iş birliği yapılırsa çok güzel sonuçlar elde edilebilir. Alanya'da diğer kurumlar tarafından üretilen turizm politikalarına gelecek olursak genellikle sürekli olarak sezonsallıktan çıkma, turizmi 12 aya yaymak diyoruz ama bunun için neler yapıyoruz bir bakmak gerekli. Dürüst olursak bu konuda eylemlerimizin ve politikamızın yetersiz olduğunu söyleyebilirim. Alanya'da turizmi 12 aya nasıl yayabilirim yazın deniz kum güneş turizmi hâkim ama kışın ne yapabiliriz bakmak gerekli. Sağlık turizmi konusunda alt yapı oluşturabiliriz. Ya da diğer alanlarda da kongre turizmi olabilir spor turizmi olabilir alternatif turizm çeşitlerine yönelik çalışmalar yapılması gerekir. Kongre turizmi için aslında mükemmel avantajlarımız var. Konaklı tarafındaki oteller kongreler için açılırsa ya da Konaklı Kongre Merkezi aktif olarak kullanılmaya başlarsa turizmi 12 aya yayabiliriz. Ama bu konuda bütün paydaşların bir araya gelip bu politikayı benimseyip bu doğrultuda eylemlerde bulunulması gerekiyor.

[K<sub>9</sub>] Alanya'da turizme bağlı sivil toplum kuruluşları, turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşvik edilmesi, turistlerin güvenliği ve konforunun sağlanması, turizm işletmelerinin ve hizmetlerinin kalitesinin artırılması gibi konularda politikalar ve stratejiler belirlemektedirler. Ayrıca, Türkiye turizm sektörünün genel politikaları da Alanya özelinde sektörü yakından etkilemektedir.

[K-10] Evet, bu konuda bilgim var.

[K<sub>11</sub>] Hayır, turizm politikaları ile ilgili yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünmüyorum.

[K<sub>12</sub>] Genel olarak bilgi sahibiyiz sektörümüz gereği yakından takip ediyoruz.

[K<sub>13</sub>] Kurumumuz ve diğer kurumlar tarafından üretilen turizm politikaları hakkında bilgim mevcuttur. Turizm çeşitliliğinin birçok farklı alanda yaşandığı Alanya ilçemizde kurum olarak daha çok halkın yaşayışını ve şehir hayatını

*kolaylaştırmak için politika ve projeler gerçekleştiriliyor. Temizlik, sosyal alan, trafik, kent mobilyaları ve kentsel toplu alanlar üretme konusunda çalışmalar devam ediyor. Güvenilir şehir anlayışı ile güvenlik güçlerine her türlü destek sağlanmaktadır. Turizmle ilgili olarak diğer kamu kurum kuruluşlarının yanı sıra STK'larla iş birliği her daim devam etmektedir.*

*[K<sub>14</sub>] Tabii ki var hem 30 yıllık background geçmişim hem mesleki hayatımla ilgili hâlâ ALTİD, ALTAV ile istişarelerimiz devam etmekte. Mesleğim ile ilgili konaklama sektörünün temsilcisi olan ve bakanlığın birtakım kurumlarını takip ediyorum. Ancak ben turizm komisyonu başkanımı bir partide. Burada da olması gereken eleştirilerimizi, projelerimizi ittifak çerçevesinde değerlendiriyoruz.*

*[K<sub>15</sub>] Turizmin genel yapılanmasında ve Özal dönemi ile başlayan daha doğrusu 1980 'li yıllardan sonra hızlanan turizm hareketinde Alanya diğer turizm beldelerine göre daha değişik bir yapılanmaya sahip olmuştur. Diğer turizm bölgeleri devlet otoritesi tarafından oluşturulduğu halde, turizm bölgeleri ve turizm teşvikleri ile yapılmasına rağmen Alanya daha çok kendi sermayesi ya da yerli sermaye ile küçük parçalanmış mülkiyetler üzerinde tesisler yaparak bir gelişim sağlamıştır ve burada zaman içerisinde yapılan turizmin çeşidi, pazarları da değişiklik göstermiştir. Zaman içinde turizmin yapısının değişmesinin aslında Türkiye'nin turizm politikalarında Alanya'nın biraz dezavantajlı bir noktada durduğu yerler var. Devletin turizm politikasıyla oluşturduğu Belek gibi Side gibi turizm bölgelerinde teşviklerin verilmesi buradaki tesislerin, bundan biraz uzakta kalması gibi bir sonucu yıllarca yaşamıştır. Ama şehir merkezinde denize girilebilen bir kent karakteri ile çok uzun yıllara dayanan, 40'lı yıllara kadar varan bir turizm tecrübesiyle Alanya farklı bir turizm kenti olmayı başarmıştır. Önce Avusturya ve Almanya'dan gelen misafirleri kabul ederken şu anda pazar çeşitliliğini arttırmış dünyanın birçok ülkelerinden turist kabul eden bir şehir haline gelmiştir. Bunun da ötesinde Alanya'nın uluslararası bir kimliği var burada dünyanın onlarca değişik ülkesinden gelen insanlar mülkiyet alıp yaşamlarını sürdürüyorlar Hristiyan mezarlıkları var, kiliseler var, onların dernekleri var ve bir hoşgörü kenti olması, başka kültürlerle birlikte yaşayabilme kabiliyeti ve yıllara varan misafir ağırlama tecrübesi ile Alanya turizmin avantajları ve dezavantajları olan bir şehir olarak karşımıza çıkıyor. Burada değişik turizm dinamikleri de bulunmakta. Bunlardan bir tanesi yerel yönetim bir tanesi genel otorite (devlet), STK ve kanunla kurulmuş devlet ayakları var TÜRSAB gibi ALTİD gibi ve hatta bunların içerisinde ticaret ve esnaf odalarını da eklemek gerekiyor. Kente baktığımız zaman buranın temel lokomotif sektörü aslında turizm, zaman zaman onun yanında tarım, zaman zaman inşaat emlak gelmiş. Ama Alanya ekonomisinin lokomotifini aslında her zaman turizm olmuştur.*

*Bundan sonra da turizm olacaktır. Şimdi burada önemli bir turizm politikasının geliştirilmesi konusunda yerel turizm politikası geçmişte mahalli idarelerin değişik rolleri olmuştur. Devlette bunlara özellikle altyapı desteği ile omuz vermiştir. Yerel yönetimler bir orkestra şefi gibi turizm politikalarını oluşturmaya şehri toparlamaya, şehrin ihtiyaçlarını görmeye, şehrin alt yapısını yapmaya çalışırken arıtma tesisleri çöp kompostu tesisleri temizlik araçları ve benzeri gibi büyük alt yapı yatırımları ile ilgili devlet teşvik edici olmuş yönlendirici olup buna da katkılar sağlamıştır.*

*[K<sub>16</sub>] Alanya ile ilgili partimiz bünyesinde komisyonlar oluşturduk. 2019 yılında ben de turizm Komisyonu Başkanı olarak görevlendirildim ve 6-7 kişilik bir ekipten oluşturduk. Biz Alanya'da turizmcilerin yaşadığı sorunları içeren ve çözüm önerilerini içeren bir de rapor hazırladık. Diğer partilerde de böyle kurumlar kuruldu ama bizimki gibi rapor hazırlayan ben görmedim işin açığı. Biz bu raporu da bütün odalarla, derneklerle, Alanya'daki turizm paydaşlarıyla birlikte istişare ederek hazırladık. Yani kendi açığımız varsa da onları da sorduk. Hani belediyemizde bizim aksaklıklarımız var mı diye onları da sordum. Bunu tüm turizmciler nezdinde hazırlayıp bir basın toplantısıyla duyurduk. Bayağı da ses getirdi.*

*[K<sub>17</sub>] Alanya'daki farklı kurum/kuruluşlar tarafından turizmin gelişimi, çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması konusunda zaman zaman birtakım politikalar üzerinde çalışılmaktadır. Bu çalışmalar belediyemiz başta olmak üzere Alanya Ticaret ve Sanayi Odası, diğer oda ve turizm derneklerinin katılımıyla oluşturulan Alanya Turizm Tanıtma Vakfı (ALTAV) çatısı altında devam etmektedir.*

*[K<sub>18</sub>] Var tabii. Biz eğitim kurumu olduğumuz için ağırlıklı olarak bizim yapacağımız faaliyetlerle eğitim çerçevesinde oluyor. Bu anlamda kurumsal iş birliklerimiz söz konusu oluyor. Yerel yönetimlerle olsun sektördeki birliklerle olsun bizlerden istedikleri eğitim anlamında olsun personel anlamında olsun desteklerimiz söz konusu. Birlikte çalıştaylor organize edebiliyoruz. Turizm sorunlarını tartışabiliyoruz. Bununla birlikte farklı eğitim kurumları ile anlaşmalarımız söz konusu. Daha güncel mesela eko turizm üzerine Erasmus kapsamında bir proje yürütülüyor. Bizim kurumda bu bağlamda Avrupa ülkesi Erasmus'a üye üniversiteler arasında değişim programları söz konusu olacak. Bu da tabii ki ülke turizmini bir ileri noktaya taşımak için yapılan aktiviteler arasında. Çünkü buralardan eğitim almış buralardaki yetişmiş öğrenciler turizm sektöründe istihdam olacak ve aslında biz işini eğitim kanalında olduğumuz için odaklandığımız personel politikaları yani daha kalifiye personel nasıl elde edilir gibi ya da turizmin yapısal sorunlarına yönelik de işte akademisyenlerimiz çözüm*



önerileri sunabiliyorlar. Türkiye turizminin en belirgin sorunları, bölgesel yoğunlaşma ve zamansal yoğunlaşma. Bunlara yönelik sorunlar tartışılıp bunlara çözüm önerileri geliştirebiliyoruz.

S<sub>2</sub>: Alanya'da uygulanan yerel turizm politikalarının kurumunuz için yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

[K<sub>1</sub>] Kesinlikle hiçbir şey yeterli olmaz. Şöyle ki bir şeyin yeterli olduğunu düşünmüyorum. Alanya gibi hem doğal hem de tarihi bir güzelliğe sahip topografya, coğrafya, tarih, antik çağlardan bu yana Helen döneminde Roma, Bizans ve Selçuklu, Osmanlı döneminde ait bir şehrin bizler tarafından yeterince şehrimizi tanıttığımızı ben düşünmüyorum. Çünkü biz o eski eserlerimizi restorasyon çalışmalarımızı daha yeni yeni açığa çıkarıyoruz. Kaledeki kazı çalışması henüz tamamlanmamış Syedra Antik Kenti kazı çalışması hala devam ediyor, Naula Antik Kentinde çalışmaları devam ediyor. Bugüne kadar asıl para aslında kültür turizminde yani sadece deniz, kum, güneş üçgeninden biz dışarı çıkamadık. Ama tabi ki bu durum da ülkenin ekonomisiyle, zenginliğiyle ilgili. Artık şehrimizde yavaş yavaş bu kültür turizminin geliştirilmesi, yapılabilir olması ben gelecek adına bana umut veriyor. Çok ümitliyim, çünkü artık bu eserleri açığa çıkarma adına çalışmaların yapılması ama tabi ki bu çalışmalar da yeterli mi elbette değil.

[K<sub>2</sub>] Açıkçası turizm politikalarının bizim adımıza yani kurumumuz adına yeterli olduğunu düşünmüyorum. Ama bugün yapmış olduğumuz birtakım çalışmaların ki birazdan açıklayacağım onları da sanıyorum sorularımızdan bazılarına çözüm olacaktır diye düşünüyorum. Tabi bunların geliştirilmesi lazım. Tüm aktörlerin hem turizmin içerisindeki tüm paydaşların acentesi, tur operatörü, transpercisi hatta hediyeleşya satıcısından tutun sahilde portakal sıkkan kişiler dahil özellikle turizm bilincinin geliştirilmesi lazım. Bunu da bütün bu bahsetmiş olduğum kurumların ortak hareketiyle gerçekleştirebileceğimize inanıyorum yani herkes kendi üzerine düşen görevi alacak vatandaş da dahil olmak üzere. Bu işleri yapan yatırımcı, işletmeciler anlamında söylüyorum ve hatta bu işi yapmasa dahi bu şehirde yaşayan insanlar adına da söylüyorum, bu şehrin ekonomisinin en büyük dinamiğinin turizm olduğunun bilinciyle hareket edecek davranacak. Bunun için de dediğim gibi kurumların bir arada hareket etmeleri lazım.

[K<sub>3</sub>] Alanya'mızda ve ülkemizde uygulanan turizm politikaları ve tanıtım materyalleri de günün şartlarına göre değişiyor ve değişmek zorunda. Dünya değişiyor, bakış açıları değişiyor, moda değişiyor, ihtiyaçlar değişiyor ve istekler değişiyor. Tüm bunlara bağlı olarak turizm politikaları da değişiyor. Tüm Alanya ve kurumumuz da bu değişimin içinde yer alarak katkı sağlamaya çalışıyor.

[K<sub>4</sub>] Alanya'da uygulanan turizm politikaları yeterlidir ancak yapılan etkinlikler ve tanıtımları artırılırsa daha farklı noktalara gelebilecektir.

[K<sub>5</sub>] Akdağ Kayak Merkezi ve Golf Turizmi Sahaları Bakanlığımızca (Turizm Bakanlığı) ilan edilmiştir. Ancak altyapının geliştirilmesi ve üstlenici yatırımcı firmalar ile sektörde yer alan paydaşların da bu konu hakkında çalışmalar yapması gerektiğini düşünmekteyim.

[K<sub>6</sub>] Kurumumdan ziyade genel olarak bakıldığında belirlenen politikalarda bir sorun yok ancak uygulamada sıkıntılar olabiliyor. Dijital dünyada daha fazla yer alabilmek için özellikle tanıtım bütçesinin arttırılması gerekiyor. Tamamen gönüllük esasına göre yürütülmeye çalışılan çalışmaların daha profesyonel ekipler tarafından yönlendirilmesi sonuçları bakımından daha olumlu olacaktır. Ayrıca özellikle yerel ve kamunun desteği ile ürün çeşitlendirilmesinde yatırımcıya cazip gelecek ve teşvik edecek düzeyde olması gerekiyor. Özellikle bu konuda Akdağ Kayak Merkezi ve golf turizmi projelerin uzun zamandır uygulama alanı bulamadığını düşünüyorum.

[K<sub>7</sub>] Turizm politikaları için ilk önce Alanya'nın turizm eğitimine önem vermemiz gerekiyor. Çünkü eğitim Alanya'nın Turizm eğitimine bakış açısı bizim için önemli Alanya'nın en önemli turizm eğitim merkezi, turizm fakültesidir ve ben buraya geldiğimde Turizm fakültesinin binası yoktu. Uygulama tesisi yoktu konukevi ya da uygulama otelimiz hala yok. Bu konuda turizm eğitimine bakış açılarının yetersiz olduğunu tüm aktörlere belirttim. Turizm paydaşlarımız da bu konuda en kısa sürede destek olacaklarını belirttiler.

[K<sub>8</sub>] Benim kurumum için yetiyor diyebilirim. Sektörde yer alan paydaşlar bana çok açık ve net ne istediklerini söyleyebiliyor. Ancak bence onlar da ne tarz bir nitelikte personel istediği konusunda sorun yaşıyorlar. Türkiye'nin turizm politikası konusunda en büyük sıkıntılarından birisinin personeller için net bir iş tanımının olamaması bence. Bu noktada sektörde yer alan her bir personel için açık ve net bir şekilde iş tanımlarının oluşturulması gerekiyor. Oteldeki aşçının iş tanımı nedir? Garsonun iş tanımı nedir? Ön büronun iş tanımı nedir? Bu konuların kesin sınırlarla belirlenmesi gerekiyor. Büyük oteller bunu yapıyor ama Alanya çapında genelde baktığımda böyle bir durum olmadığını söyleyebilirim. Bu da ne yazık ki turizm alanında büyük bir eksiklik olarak karşımıza çıkıyor.

[K<sub>9</sub>] Turizm politikalarının yeterliliği, turizmin sürdürülebilirliği, turistlerin memnuniyeti ve yerel halkın ekonomik ve sosyal refahı gibi birçok faktöre bağlıdır. Bu nedenle, Alanya'daki turizm politikalarının yeterliliğinin belirlenmesi için farklı perspektiflerden ele alınması gerekmektedir. Örneğin, turizmin sürdürülebilirliği açısından bakarsak, Alanya'da yapılan çalışmalar,

doğal kaynakların korunması ve çevre kirliliğinin önlenmesi için oldukça yeterli görünmektedir. Ayrıca, turizm sektörünün ekonomik ve sosyal yönleri de göz önüne alındığında, turizm sektörünün bölgedeki istihdamı artırması ve yerel ekonomiye katkı sağlaması gibi olumlu etkileri de bulunmaktadır. Ancak, turistlerin memnuniyeti açısından bakıldığında, turizm politikalarının yeterli olup olmadığına dair farklı görüşler olabilir. Örneğin, turistlerin beklentilerinin karşılanması, turizm işletmelerinin kalitesi, hizmet standartları, turizm faaliyetlerinin çeşitliliği ve erişilebilirliği gibi konular turist memnuniyetini etkileyen önemli faktörlerdir. Genel olarak Alanya'nın turizm sektöründe başarılı olduğu ve turizm politikalarının bölgeye önemli katkılar sağladığı söylenebilir.

[K<sub>10</sub>] Hayır, yeterli bulmuyorum. Kurum bazında değil, Alanya şehri için de yeterli bulmuyorum.

[K<sub>11</sub>] Turizm politikaları ile ilgili yeterli bilgim yok ama Alanya'nın turizm şehri olduğunu düşününce tabi ki uygulamaların yeterli olduğunu düşünmüyorum.

[K<sub>12</sub>] Yeterli olduğunu düşünmüyorum. Yapılanların yanında daha çok şeyler yapılması gerektiğini ve de yapılacağını düşünüyorum.

[K<sub>13</sub>] Alanya her gün gelişen ve değişen bir yapıya sahiptir. Bu demografik yapı olsun, sosyal yapı olsun, turizm olsun hangi konuyla ilgili olursa olsun her gün her yıl güncelleme gerekmektedir. Bundan dolayı yeterli olup olmadığı her günün sonunda farklılık gösterebilir. Ama şu an bugün için yeterli olmadığını söyleyebilirim.

[K<sub>14</sub>] Yeterli değil tabii. Fakat en son turizm komitesi olarak neler yaptık ona değineyim çok kısa. Aytemiz'e karşı yapmış olduğumuz birtakım çalışmalarımız bulunmakta. Aytemiz, Yeşilöz Mahallesi'nde tam kıyıda tarımın ve turizmin olduğu çok güzel sahilde bir akaryakıt tesisi. Bu tesisin turizm bölgesinde kaldı ki bize 30- 35 kilometre mesafede. Buna da karşı durmuş, biliyorsunuz çevreden bağımsız bir turizm olamaz ki resort otelcilikte, resort turizminde deniz ana girdimiz, toprak ana girdimiz, hava ana girdimiz ve güvenlik ana girdimiz. Bunlar olmadığı takdirde yani toprağı suyu korumadığınız takdirde tarımı korumadığınız takdirde yeşili çevreyi ve de güvenli turizmi sağlayamadığımız takdirde her açıdan darbe alacak bir bölge. Onun için biz orada Aytemiz'in büyüülmesine karşı çıktık ki orada tankerler geliyor ve ikmal yapıyorlar. Orada yaşanacak herhangi bir sızıntı tüm Akdeniz'i yani Mersin ile Antalya hattında kirletecek. İkinci konu tehlike arz etmesi. Üçüncü konu ulaşımı etkilemesi yani tanker trafiğinin bu yolda ulaşımı etkilemesi müthiş bir kötülük turizm için. Örneğin çevreyi koruma adına siyasi parti olarak biz buna dava açtık. Oranın çed raporu istenmiyordu ve biz çed raporunu istedik. İkinci bir konu Yeşilöz'de

bulunan balıkçı barınağı. Bu bölgede balıkçı barınağına ihtiyaç yok. Bu durum sadece âtil alanlarda bir kirlilik yaratacaktır. Buna da yine çed raporu istedik. Bu bahsetmiş olduğum konular hakkında meslek örgütlenmeleri biraz daha kurumlara ve siyasi iktidara ya da siyasi erke bağlı olduğu için onlar direkt verilerden, datalardan bağımsız olarak sadece bunları konuşmıyor. Baskı yiyorlar. Sonuçta bu kurumların üyelikle gönüllülük esasında olduğu için siyasetten baskı yiyorlar, onun için aslında bu konuları siyasi kurumlar daha rahat konuşabiliyor. Ben de siyasi parti nezdinde bunlara ön ayak oldum. Üçüncü konu kısa vadeli yaptığımız Alacami bölgesine HES yapımıydı. Yine bunu durdurduk. Bunları bağlı olduğum siyasi partinin turizm komisyonu önderliğinde hep birlikte yaptık. Bunun içine diğer ittifakta olan partiler de katıldı. Dediğim gibi, yani bir meslek örgütü buna imza atamıyor. Ama dolaylı olarak bir şekilde oradaki kimi üyelere ve yerel halktan destek alarak çalışmalarımızı gerçekleştirdik ve yine turizm alanında Alanya için çalışmalarımıza devam ediyoruz.

[K15] Alanya yeni bir turizm politikaları açılımına ihtiyaç duyuyor. Pazarları genişledi turizm anlayışı değişti. Apart otelcilikten, her şeyin dahil olduğu bir sisteme kıyasla pandemiden sonra daha değişik, tesis konaklamalarının ön plana çıktığı, butik tesislerin birazcık daha dikkat çekmeye başladığı değişimler olurken, Alanya turizmde de hem çeşitlenme hem genişleme anlamında yeni bir güncellemeye ihtiyacı duyuluyor. Alanya'nın örgütlülük olarak ve kadro olarak böyle bir potansiyeli var. Ama yerel yönetimlerin orkestra şefliğine burada ihtiyaç duyulmaktadır. Artık turistler sadece tesislerde dinlenerek, eğlenerek günlerini geçirmek istemiyorlar. Şehirde de yaşamak istiyorlar. Şehirlerinde etraflarını misafir odası gibi derleyip, toparlamaları, düzenlemeleri ve bir standart getirmeleri gerekiyor. Bu saatten sonra alt yapı sorunu yaşayanlar herhangi bir turizmde geleceğinin olmadığını artık görüyorlar. Bölge önemli bir göç altında, gerek yurtdışından Rus, Ukrayna, Alman vs. gibi ülkelerden gelen kişilerin aldıkları konutlar var. Gerek deprem sonrası aldığı göçlerle gerekse turizm ve eğitim faaliyetlerinin artması ile şehrin nüfusunda önemli artışlar oldu. Bu artışlardan sonra Alanya'nın altyapısının, arıtma tesislerinin, şehrin temizliğinin, suyunun yani her şeyinin yeniden masaya yatırılıp önümüzdeki en az 30 yıl için yeni bir projeksiyon yapmamız gerekiyor. Arıtma tesislerimizi güncellememiz gerekiyor. Tesislerimizi yenilememiz gerekiyor. Su kaynaklarımızı dikkatle yeniden incelememiz gerekiyor. Bunlar için yeni tedbirler almamız gerekiyor. Bu yüzden yeni bir turizm politikası oluşturabilmemiz için biz yeni bir arama konferansı ve bir strateji belirleme toplantısına ihtiyacımız var. Bunu yaparken de TÜRSAB, ALTİD, turizm esnafını temsilen ticaret ve esnaf

odaları gibi hatta tarımdan, kamuyu temsilen devlet dairelerinin birim amirleri ve müdürleri dahil olmak üzere hep birlikte masaya oturup Alanya'nın önümüzdeki yıllarına yönelik yeni bir turizm politikası belirleme ve mevcut politikaların güncellenmesi gerekiyor.

[K<sub>16</sub>] Yani uygulama şöyle, turizm politikası konusunda bizim bir sürü de önerimiz oldu. Ama her şey uygulamada yarım kalıyor, askıda kalıyor. Yani böyle başarılı, şu şekilde etkili kesinlikle uygulamalıyız diyorlar ama uygulamaya gelince yarıda kalıyor. Mesela Alanya'nın çok büyük bir görüntü kirliliği var. Çatılarda falan rengarenk güneş panelleri en azından onların bile tek renk olması çok önemli. Bu tarz yapılaşmalarla ilgili de çalışmalarımız vardı ama ne yazık ki uygulamada yetersiz kaldık. Bir başka çalışmamız olarak kısa çalışma ödeneği vardı. Onları biz uzattırdık bunun gibi birçok çalışma yaptık. Bir de benim yaptığım birkaç çalışmayı meclise de götürdüler. Büyük Millet Meclisi'ne. Oradaki bizim Antalya milletvekilimiz bizzat arayıp çalışmalarımızdan ötürü tebrik etti. Böyle bir çalışma olduğu için ama gene arkası, takibi olmuyor. Yani içerik sağlanmıyor.

[K<sub>17</sub>] Yeterli değil tabii ki.

[K<sub>18</sub>] Biz ticari anlamda bir turizm faaliyeti yapmadığımız için bu tam anlamında benim yorumlayabileceğim bir şey değil. Çünkü biz bir eğitim kurumuyuz. Bu daha çok turizm paydaşlarındaki işin ticari kısmında ekonomik olarak turizmden bir getiri elde etmek isteyen kurumlar daha çok ilgilendiren bir durum. Biz daha çok eğitimsel anlamda bakabiliriz. Geçtiğimiz zamanlarda mesela Alanya Belediyesi'nin yaptığı akademisyen buluşmaları burada turizm akademisyenleri de mutlaka görev almıştır. Akademik anlamda bu konuya da belediyenin yaklaşımı paydaşların tabii ki bizim açımızdan memnuniyet verici ama Tek başına yeterli mi değil mi? Bu benim tek başıma yorum yapabileceğim bir şey değil. Çünkü ben turizmin sadece eğitim kanadındaki bir bireyim.

S<sub>3</sub>: Alanya'da yerel turizm politikalarının uygulanmasında sorun/eksiklik yaşandığını düşünüyor musunuz?

- a. Yaşanan sorunların hangi turizm çeşidinde olduğunu düşünüyorsunuz?
- b. Bu sorunların çözümüne yönelik çözüm önerileriniz nedir?

[K<sub>1</sub>] Tabii düşünüyorum. Bir değil pek çok sorun olduğunu söyleyebiliriz hatta. a- Az önce açıkladığım gibi kültür turizminde bir politikamızın olmadığını düşünüyorum. Yani bu konuda yeterli çalışmaların yapılmadığını düşünüyorum. Az önce beyan ettiğim üzere bu kültür hazinemizin açığa çıkarılmadığını düşünüyorum. b- Yani o kadar zengin bir kültür hazinemiz var ki; yani yurt dışına da gidip baktığınız zaman adam küçük bir kale oluşturmuş, ama onu öyle bir pazarlıyor ki küçücük bir yapı dünyaca tanınmış bir hale geliyor. Ama biz henüz

daha tarihi alanlarımızın hepsini açığa çıkaramadık bile. Bu açıdan baktığımızda kültür turizminde büyük bir eksikliğimiz olduğunu düşünüyorum. Sadece kültür değil tabii biz bugüne kadar sadece deniz, kum, güneşi pazarladık. Zaten onu onları pazarlamasak bile artık tüm dünya biliyor, bir şekilde bu alanda Alanya kendini dünyaya duyurmuş. Ama şimdi doğa turizmini, spor turizmini, kongre turizmini, kayak turizmi yani kış turizmini de geliştirip kış aylarında da ilçeye veya şehre para girmesi için diğer alternatif turizmler dediğimiz konulara eğilmemiz lazım. Ama bu konuda hem yeterli çalışma yok hem de turizm sektöründe yer alan aktörlerin bu konuda yeterince bilince sahip olduğunu düşünmüyorum. Bu durumun da şehirde yerleşmiş, alışıla gelmiş bir kültürle ilgili olduğunu düşünüyorum. Yani bu kültür dışındaki unsurlarla ilgili sunum ya da çalışma yaptığın zaman o kadar cazip gelmiyor. Yani birisi işte şu işi yapsak Alanya ile ilgili bak, Alanya'nın ismi tüm dünyada deniz dışında başka bir turizm çeşidi ile anılacak ya da şu alanda da şehrimizi geliştirelim dediğimiz zaman sektörde yeterli destek bulunmuyor. Yani geçmişte bu yana alışagelmış bir uygulama, bir döngü var ve biz tüm aktörler bir araya gelip bu durumun dışına çıkamıyoruz. Maalesef aynı döngünün içinde sarmalında dönüp duruyoruz

[K<sub>2</sub>] Evet sorun olduğunu düşünüyorum. a- Bizim ağırlıklı olarak yaptığımız turizm deniz, kum, güneşin üzerine ama bu ürünün geliştirilmesi çeşitlendirilmesi gerekiyor. b- Çözüm önerileri anlamında da ortak hareket, ortak bilinç önemli bireysel çıkarların bir kenara bırakılması lazım. Herkes kuralla riayet edecek. Herkes bu şehre gelen her turistin, her misafirin memnun bir şekilde ayrılmasını noktasında çaba gösterecek. Tabii ki bu işten de herkes kazançlı çıkacak. Yani sonuçta bu bir ticaret aracından baktığımız zaman tamam, bizim Türkiye'nin Türkiye insanının genetiğinde misafirperverlik var. Bu ayrı bir şey ya biz evimize geleni ya bir lokma ekmek veririz ya da elimizde ne varsa paylaşırız. Ama bu içimizde olan misafirperverlik turizmde ekonomik anlamda da bize artı olarak dönüyor, dönmeli. Bunun da bilinciyle herkes misafiri memnun bir şekilde bu şehirden ya ben Alanya'ya geldim. Bir daha dönme bir daha oraya gitmeliyim diye ayrılmasını sağlama noktasında o insanı bir şekilde etkilememiz lazım. Bunu örnekleri birçok otel de var. Mesela benim 1988 yılında açmış olduğum bir tesisimde Mayıs, Eylül ve Ekim ayları tamamıyla neredeyse 161 odalı bir tesis, 150 odası hep eski müşterimdi. 30 senelik 33 senelik yaşayanları bu arada ölenlerimiz var tabii ama onların da çocukları geliyor tesisimize. Mesela benim çocuk animasyonum 25 senedir aynıdır. Yani kişi olarak aynı kişi organize etmektedir aktiviteleri. Animasyonun başında olan kişiler çocukken gelmişler şimdi çocuklarıyla geliyorlar, bu tür konular süreklilik adına önemli olan konular. Kaldı ki bugün özellikle pandemi akabinde insanların ve bu x, y ve z

kuşağı olarak adlandırdığımız kuşakların tercihleri de değişiyor. Ya bireysel etkileşim, bireysel tercihlere yönelik ürünler geliştirilmesi ya da hizmet geliştirilmesi anlamında herkesin de her işletmenin de ki bu sadece konaklama sektörü için söylemiyorum dediğim gibi tüm paydaşların da bu noktada gerekli çabayı göstermesi ve yatırımları yapması lazım.

[K<sub>3</sub>] Bölgemizde uygulanan turizm politikaları, ülkemiz Turizm Bakanlığının uyguladığı politikalarla paralellik göstermesinin yanı sıra kendine özgü yeni kaynak ülkelere yönelerek, bölgemize daha fazla ve nitelikli turist kazandırma çabası içerisinde oluyoruz. Dünyadaki değişime uygun yeni çalışmaları, tüm kurumlar ile beraber eşgüdüm içerisinde yürütmeye gayret ediyoruz. a- Alanya turizm sektöründe yaşanan genel sıkıntı inşaat sektörünün dünyadaki gelişmelere bağlı olarak hızla ve orantısız büyümesi, şehir içinde ulaşım sorununun ve betonlaşmanın önünü açmış oldu. Daha önceki yıllarda kum, deniz, güneş, tatil, sağlık vb. turizmlerle ön plana çıkan şehrimiz maalesef son birkaç yılda kozmopolit bir yapıya bürünmüş ve dar alanda birçok misafiri ağırlamak zorunda kalmıştır. b- Öncelikle şehirdeki sıkışmışlığı önlemek, kentsel dönüşümün amacına uygun ada bazında ve gökyüzünü kullanarak zeminde daraltma sağlanmalı bu çıkan alanlar, yeşil alan olarak değerlendirilmelidir. Otopark sorununun çözümü için ise büyük alışveriş merkezlerinde olduğu gibi yer altı kullanılarak, her bina kendi otoparkına kentsel dönüşüm esnasında yer altına almalıdır. Ancak o zaman şehir daha yeşil ve daha temiz görüntü kirliliğin de ortadan kalktığı güzel bir tatil beldesi olma özelliğini bir süre daha sürdürebilir.

[K<sub>4</sub>] Evet, sorunlar vardır. a- Alanya'yı tanıtıcı etkinlikler ve çeşitli sportif faaliyetler konusunda yetersiz olması, Turizm çalışanlarının eğitim seviyesi konusunda eksiklik vardır. b- bu konuda görevli kişilere gerekli eğitimlerin verilmesi ve gerekli teşviklerin yapılması ile sorunlar çözülebilir.

[K<sub>5</sub>] Evet, eksiklik bulunmaktadır. a- Sportif Faaliyetler kapsamında yapılan etkinliklerin yetersiz olması, kontrol mekanizmalarının sağlıklı işletilememesi, teşviklerin tam anlamıyla sağlanmaması konularında eksiklikler bulunmaktadır. b-Gerekli tanıtımın yapılabilmesi için bütçe eksikliğinin giderilmesi, turizm sektörünün her dalında yer alan paydaşların ve çalışanların eğitilmesi gerektiğini düşünmekteyim.

[K<sub>6</sub>] Aslında Alanya özelinde düşündüğümüzde gelen misafirin profili deniz-kum-güneş üçlüsünün pek dışına çıkamıyor. Böyle olunca sezon 6-7 aya sıkışmış durumda, sezonu tüm yıla yayma çalışmaları sürekli gündemde ancak pek yol alamıyoruz. Burada kamu kurumlarının, sektör temsilcilerinin ve merkezi ve yerel idarelerin iş birliği ile ortak bir yol izlenmesi gerekiyor. Yani Alanya'nın talepleri ile Ankara'nın politikalarının kesişmesi gerekiyor. Burada belki yerel

yönetimlerin bu konuda eli güçlendirilebilir. Özellikle ekonomik olarak yerel yönetimin tek başına altından kalkamayacağı projelerde Hükümet daha hızlı ve etkin şekilde yardımcı olabilir. Örnek olarak; yıllardır konuşulan Akdağ projesi, Golf alanlarının yapılması, Havalimanının şartlarının düzenlenmesi, var olan tarihi değerlerin gün yüzüne çıkarılması ile ilgili çalışmaların teşvik edilmesi ve cesaretlendirilmesini verebilirim. Bu da belirlenen politikaların Ankara'dan bu tarafa değil buradan Ankara'ya şeklinde olması gerekiyor. Alanya özelinde ekonomik olarak sağladığı katma değer düşünülürse bu politikalar belirlenirken pozitif ayrımcılığı Alanya hak ediyor. Merkezin bu anlamda yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının sesine daha çok kulak vermesi gerekiyor.

[K7] Alanya'nın turizm politikalarını güncel gelişmelere bakarak değerlendirmek lazım. Güncel gelişmelerde de en son kalkınma Planları toplantısında Türkiye'nin turizm politikası için önümüzdeki beş yıllık planlamada iki ana tema belirlendi. Bizde Alanya ile bu ana temalar üzerinde çalışmaya başlıyoruz. Birisi dijital dönüşüm, birisi de sürdürülebilirlik. Sürdürülebilirlik konusunun Alanya'nın en büyük sıkıntısı olduğunu düşünüyorum. Alanya'da şu an aşırı bir göç var ve betonlaşma var. Bu da Alanya turizmini riske atmaya başladı. Bu konuda devlet politikası olarak sürdürülebilirlik sertifikası şart koşulmaya başladı. Devlet artık bunun yasal zeminini hazırladı ve şimdi bütün tesisler sürdürülebilirlik sertifikası almaya çalışıyorlar. Bu konuda Alanya'da çalışmalar başladı. Şu an birkaç tane beş yıldızlı otel aldı ama diğerleri de bunun başvuru sürecine girdiler. Diğer unsur ise dijital dönüşüm. Yani artık Alanya'da dijital ortamda yönetsel açıdan olsun pazarlama açısından olsun neler yapılmalı önemli bir konu haline geldi. Peki dijital ortamda neler yapılabilir dersek? Bunun çalışmalarını biz kurum olarak da destekliyoruz. En son şubat ayı içerisinde dijital dönüşüm üzerine kış okulu düzenledik ve bu konuda da Alanya'dan yeterli desteği gördük. Alanya'da yer alan bu kadar aşırı betonlaşma kitlesel turizmi olumsuz etkiler. Yani betonlaşma ciddi olarak sürdürülebilir bir turizmi risk altına sokmakta. Aşırı betonlaşma ve siteler ile doğayı over tourism dediğimiz aşırı turizmle yok etme riski ile karşı karşıyayız. O zaman kitlesel turizm burada riske girdiğine göre alternatif turizm türlerine de önem vermeliyiz. Kültür turizmi desek, Alanya'da Kültür Turizm olarak sadece Alanya kalesini pazarlayabiliyoruz Elimizde var mı başka bir şey yok. Syedra antik kentini bir an önce turizme kazandırmalıyız. Gazipaşa'da Selinus Sahilini turizme kazandırmalıyız ve gastronomi olsun sanatsal olsun kültürel olsun yerel değerlerimizde turizmi kazandırarak kültür turizmini de şehrimizde canlandırmamız gerekiyor. Bunun yanında alternatif turizm türlerinden spor turizmini de canlandırabiliriz. Bunun için bunda en büyük payı Belek ve Lara



bölgesi alıyor. Spor kabilelerini her yıl binlerce spor kafilesini ağırlıyor. Böylelikle spor turizmine açılırsa 12 aya yayma kolaylığı sağlarız turizmi tesislerimizde altı ay değil 12 ay açık kalır. Çalışanlarımızda 12 ay çalışır ve nitelikli işgücünü böylelikle sağlayabiliriz. Biz altı aylık sezonda nitelikli işgücünü de elimizde tutamayız. Bundan dolayı spor turizmi, sağlık turizmi, alternatif turizm, kongre turizmi bunun en büyük avantajı Gazi Paşa hava limanımız yani ulaşım kolaylığımız var. Güneşli gün sayısı fazla ve iklim koşulları her türlü faaliyet için uygun. Bunun yanında tesislerimiz var, bir de destinasyonun bir cazibesi ve güzelliği de var.

[K<sub>8</sub>] Evet, maalesef yaşadığımı düşünüyorum. Merkezde hazırlanan turizm politikalarının yerelde uygulanmasında birtakım eksiklikler olduğunu ve uygulama konusunda yetersiz kaldığını düşünüyorum. En basitinden bizim turizm politikamızda ormana otel inşaat edemezsin bu konu kanunumuzda var ya da beş yıldızlı otelin taşınması gereken şartlar listelenmiş bir şekilde yer alıyor. Ama biz bu konulara ne kadar uyuyoruz, her yıl denetimleri yapıyor biliyorum ama bu ne kadar gerçekçi bir bakmak lazım. Bu konulardaki çözüm önerilerini aslında aralarında söylemiş oldum. Deniz, kum, güneş turizminde kesinlikle tamamız hatta geçen yıl uygulanan bir politika vardı bu bütün büfeler aynı biçime getirildi. Bu konuda çok sorun yaşandı ama şahsi olarak yönetsel açıdan bakınca da mükemmel bir ortam oluştu. Görünüşe tek düzelik, bir standart getirildi, gece kapatılma açılma saatleri aynı oldu bence bunlar çok güzel düzenlemeler. Güvenlik açısından da hem yaşayan hem de tatile gelen insanlar için daha güvenli bir şehre dönüşmesinde etkili olabilir. Çözüm önerilerine aralarda değindiğimi düşünüyorum ama gene de birkaç düşüncemi ifade edeyim. İlk olarak tüm paydaşlarla birlikte bireysel çıkarlarımızı bir kenara bırakıp turizmin geliştirilmesine odaklanmamız gerekiyor. Turizm tesislerinde çalıştıracağımız personel için gerekli iş tanımlarını yapıp ona göre nitelikli personel istihdam etmeliyiz. Bir de şehrimizin turizm için çok değerli olduğunu hepimiz biliyoruz. Bu noktada tanıtım faaliyetlerini arttırıp turistler için daha cazip bir destinasyon haline dönüşebilmek için birtakım çalışmalar yapmamız gerekiyor.

[K<sub>9</sub>] Turizm politikalarının uygulanması her zaman mükemmel olmayabilir ve birçok faktörün etkisi altında olabilir. Bu nedenle, Alanya'da turizm politikalarının uygulanmasında bazı sorunlar ve eksiklikler yaşanıyor olabilir. Örneğin, Alanya'da turizm sektöründe çalışanların eğitim ve kalifikasyon seviyelerinin yeterli olmaması, bazı turizm işletmelerinin standartlarının düşük olması, turizm sektöründeki rekabetin fiyat odaklı olması gibi sorunlar turizm politikalarının etkin bir şekilde uygulanmasını engelleyebilir. Bu nedenle, turizm

sektörünün gelişmesi ve sürdürülebilirliği için Alanya'da turizm politikalarının sürekli olarak gözden geçirilmesi, eksikliklerin ve sorunların belirlenmesi ve çözüm yollarının bulunması önemlidir. Hangi işi yapıyor olursanız olun eksikliğinin kalmadığını veya değişime ihtiyaç duyulmadığını düşündüğünüzde gelişiminizi de durdurursunuz. Bu sebeple eksik hiç bitmemeli, daima yenilenmeli ve geliştirmeliyiz. Alanya, farklı türlerde turizm faaliyetleri sunan bir destinasyon olduğundan yaşanan sorunların hangi turizm çeşidinde bulunduğunu belirlemek için farklı turizm türleri dikkate alınmalıdır. Bununla birlikte bazı turizm türleri Alanya'da daha yaygın olduğu için bu turizm türleri üzerinde durarak yaşanan sorunların nedenlerine dair birkaç örnek verebiliriz: Deniz Turizmi: Alanya, Akdeniz kıyısında yer aldığı için deniz turizmi oldukça popülerdir. Ancak, deniz turizminde çevre kirliliği, su kaynaklarının tükenmesi, deniz yaşamının tahrip edilmesi gibi sorunlar yaşanabilir. Bu sorunların önlenmesi için çevre dostu turizm politikalarının uygulanması gerekmektedir. Kültür Turizmi: Alanya, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile de önemli bir turizm destinasyonudur. Ancak, turizm faaliyetleri nedeniyle tarihi ve kültürel varlıkların tahrip edilmesi veya yok olması gibi sorunlar yaşanabilir. Bu sorunların önlenmesi için tarihi ve kültürel varlıkların korunması ve sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması gerekmektedir. Sağlık Turizmi: Alanya, sağlık turizmi için de popüler bir destinasyondur. Ancak, sağlık turizminde sağlık hizmetlerinin kalitesi ve standartları, tıbbi ekipmanların yeterliliği, tıbbi personelin nitelikleri gibi konular turistlerin memnuniyetini ve güvenliğini etkileyen sorunlar yaşatabilir. Bu sorunların önlenmesi için sağlık sektöründe standartların belirlenmesi ve kalite kontrollerinin yapılması önemlidir. Sonuç olarak Alanya'da turizm sektöründe yaşanan sorunlar turizm faaliyetlerinin türüne göre farklılık gösterebilir. Ancak turizm politikalarının sürdürülebilir ve çevre dostu bir şekilde uygulanması turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel yönlerinin dengeli bir şekilde geliştirilmesi, sorunların azaltılmasına yardımcı olabilir. Turizm sektöründe yaşanan sorunların çözümü, birden fazla faktörü kapsayan çok boyutlu bir süreçtir. Ancak Alanya'da turizm sektöründeki sorunların çözümüne yönelik bazı olası çözüm önerileri şu şekilde sıralayabilirim: Eğitim ve Kalifikasyon Seviyesinin Artırılması: Turizm sektöründe çalışanların eğitim ve kalifikasyon seviyelerinin yükseltilmesi, turizm işletmelerinin standartlarının artırılması ve turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi turist memnuniyetini artırabilir. Çevre Koruma ve Sürdürülebilirlik: Alanya'da turizm faaliyetlerinin doğal kaynakları koruma ve çevre kirliliğini önleme prensipleri doğrultusunda planlanması, sürdürülebilir turizm gelişimi için önemlidir. Turizm Sektöründe Rekabetin Artırılması: Alanya'da turizm sektöründe rekabetin fiyata dayalı

artırılmaması, turist çekmek için yeni turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, turizm işletmelerinin standartlarının yükseltilmesi önemlidir. Yerel Halkın Ekonomik ve Sosyal Refahının Artırılması: Alanya'daki turizm sektörü, yerel halkın ekonomik ve sosyal refahını artırması için yerel halkın da turizm sektörüne dahil edilmesi, turizm faaliyetlerinin yerel üreticilere bağlı olarak gerçekleştirilmesi gibi çalışmalar yapılması. Yönetim ve İş birliği: Turizm sektörünün yönetimi, turizm işletmeleri, yerel hükümetler, turizm kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve turistler arasında iş birliği, diyalog ve koordinasyonun artırılması turizm sektöründe başarı sağlayabilir. Bu saydığım öneriler, Alanya'da turizm sektöründeki sorunların çözümüne yönelik bazı örneklerdir. Ancak, turizm sektörünün çok yönlü ve dinamik bir sektör olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle, turizm sektörünün daha da gelişmesi ve sürdürülebilir olması için, turizm politikalarının sürekli olarak gözden geçirilmesi, yeni fikirlerin ve yaklaşımların test edilmesi gerekmektedir.

[K<sub>10</sub>] Evet, bu konuda uygulamada birtakım sorunlar yaşandığını düşünüyorum. Hizmet sektörü (konaklama, restoran vs.), eğlence sektörü gibi alanlarda en çok sorun yaşanıyor diyebilirim. Sektörde uzman kalifiye eleman yetiştirmek ve işletmelerin kalifiye elemanına sahip çıkabilmesi için teşvikler yaratılmalı. Mesela bu teşvikler devlet politikaları ile düzenlenebilir. Vergi indirimi sadece tadilat tamirat sırasında verilmemeli. Örneğin devlet politikası en az 2 yılı aşmış elemanını çalıştırırken işverene teşvikler oluşturmalı. Konaklama sektöründe her şey dahil sistemi en aza indirmek, müşterinin otel konseptinden çıkıp şehri tanıması için fırsat oluşturulmalı. Otel bünyesindeki restoran, bar vs. şehir merkezindeki eğlence sektörüyle rakip oluşturulmamalı. Bence bu konuda otel bünyelerine bir kısıtlama getirilmeli. Kültür tanıtım fonlarından gereği kadar yararlanılmadığını düşünüyorum. Örneğin yurt dışında uygun mecralarda Alanya tanıtım filmlerinin dönmesi gerekirken (Örneğin iş çıkışı metro durağında yorgun bekleyen bir kişi, bir anda Alanya tanıtım filminin önüne çıkması ekranda cezbedici bir tatil fikri oluşturabilir.) tanıtım mecralarına doğru şekilde bütçe ayırlamadığını görüyoruz.

[K<sub>11</sub>] Evet, tabi ki sorunlar yaşanmakta. Bu konudaki çözüm önerisi olarak ilk olarak ulaşımın düzenlenmesi gerektiğini söyleyebilirim. Alanya içinde trafik çok yoğun, bu konunun kesinlikle bir an önce çözüme ulaştırılması gerekiyor. Antalya Havalimanı'na uzak mesafede oluşumuz ve güzergâh trafiğinin yoğun oluşu Alanya'yı tercih edilme noktasında olumsuz etkilediğini düşünüyorum. Diğer yandan Gazipaşa Havalimanı'nın uluslararası uçuşlara açık olmasına rağmen uçak firmaları bu limanı tercih etmediği görüyoruz. Havalimanının pisti yetersiz ve bu durumda kötü hava şartlarından olumsuz etkileniyor. Ayrıca kış turizmi için

*düşünülen Akdağ Kayak Merkezi projesinde yıllardır ilerleme mevcut değildir. Bu konuda bir an önce adımların atılıp kış turizminin şehirde geliştirilmesi gerekir. Bu noktada turizmi 12 aya yaymak için alternatif turizm kaynaklarının çok iyi değerlendirilmesi gerekiyor. Şehirde turizmin gelişmesinde insan faktörü çok önemli bir konu. Kalifiye eleman sorunu günümüzde artarak devam etmektedir. Bu konularda da yeterli nitelikli personellerin turizme kazandırılması ya da turizm sektöründe çalışan personele bu alanda eğitim verilerek gelen turistlerin memnun kalması sağlanabilir. Böylece hem daha nitelikli personele sahip oluruz hem de daha nitelikli turiste. Buradaki sorunların bir tanesinin de kiraların aşırı yüksek ve hayat şartlarının aşırı zor olması sebebi ile tecrübeli ve nitelikli personelin şehri tercih etmemesine neden olduğunu düşünüyorum.*

*[K<sub>12</sub>] Eksiklik olduğunu düşünüyorum tabii ki. Bölgemizde yapılan yaz turizmine yönelik sorunlar yaşanmaktadır. Öncelikle sorunların önem sırasına göre tesit edilmesi bu tespitler yapılırken özellikle turizm sektöründen destek alınması gerekmektedir. Sorunların büyük bir kısmı alt yapısal ve üst yapısal sorunlar olup bunları çözmek adına özellikle, hava alanına uzaklık, Alanya-Antalya arası trafik, Alanya'nın şehir içi trafiği gibi alt yapısal sorunları çözmek gerekmektedir. Büyüyen şehrimizin özellikle alt yapı eksiklerini bir an önce düzeltmemiz gerektiğini düşünüyorum. Üst yapısal olarak da bölgede oteller dışında çevrenin daha aktif hale getirilmesi ve bölgenin daha iyi olan peyzaj ve şehrimizin doğasına uygun şekilde tasarlanması gerekmektedir.*

*[K<sub>13</sub>] Deniz turizmi (yat limanı) başta olmak üzere turizmin kalitesi her gün arttırarak devam ettirilmelidir. Kent meydanı projesinin Alanya'ya çok büyük bir vizyon kazandıracağına inanıyorum. Bu projeye beraber yat turizminin Alanya'ya kazandırılması büyük önem arz etmektedir.*

*[K<sub>14</sub>] Alanya'da yerel turizm politikalarına aslında Türkiye genelinin de bir yansıması olarak bakabiliriz. Bu arada kesinlikle sorunlar var. a- Süreklilik yok. Yani bir belediye başkanına göre ya da Antalya Belediye Başkanı'na göre ya da siyasi erke göre değişimler yaşanabiliyor. Bu politikalar kesin olarak varlığını devam ettiremiyor, yani bir Turizm Bakanlığı tarafından uygulanması zorunlu olan bir politika olmadığı için orada bir bürokrat değişimi, teknokrat değişimi ve bakan değişimi olduğu için buradaki yerel idarede değişim olduğu için sürekli sekteye uğruyor diyebilirim. Yapılan politikalarda en büyük eksiklerimizden birisi bir engelsiz turizm politikası. Bir diğeri market/pazarlama politikası. Bir üçüncü konu yaş turizmi. Bunların hepsi eksik kalıyor ya da sekteye uğruyor. Yani bazı politikaların değişmemesi için burada turizm olabilir mesela belediye tarafından hazırlanan ve uygulanan politikaların sürekliliğinin sağlanabilmesi adına turistik alanlarda yer alan belediye başkanlarının seçimle değil de*

atanmayla gelmesini tercih ederim. Ya da başkan yardımcılarının ya akademisyen düzeyinde ya da teknik düzeyde turizmle ilgili bölgelerde bu alanlarda çalışmış deneyimli kişiler tarafından devam etmesi taraftarıyım. Neden? Çünkü bu alanlarda çalışmış kişiler turizmde deneyimli hangi politikalarla verimliliği arttırırız, turistimizi memnun ederiz, tekrar tercih oranlarını arttırırız en önemlisi hangi yerel uygulamalarla turizmden elde ettiğimiz gelirleri üç-dört kat arttırabiliriz. Diğer türlü gelen kişilerin bu alanlarda uzman olmadığını söyleyebilirim. Bu yüzden her yapılan her yanlış uygulama turizme bir darbe olarak dönüş yapıyor ki bu da tüm Alanya halkını ekonomik anlamda olumsuz etkiliyor. Evet ya akademisyen düzeyinde ya da teknik adam düzeyinde yani bir mimar olabilir, restorasyonda uzman bir kişi olabilir, ya da bu turizm politikalarıyla ilgili çalışmaları bulunan bir bürokrat olabilir. Yeter ki turizm alanında uzman ve ilgili bir kişi olsun. Şehrimizde bu işlerin içinde yıllardan beri olan önemli isimler var, onlarla iş birliği yapılarak sürekliliği sağlayabiliriz. Yani bu alanda değişen koltuğa göre değişen insanlar olmamalı. Değişen politikalar da olmamalı. Bir master plan çerçevesinde yani imar planlarının sürekli değiştiğini söyleyebilirim. Yeşil olan yerlerimizin kısım kısım her seçim dönemi sonrası turizme açıldığını söyleyebilirim. Yani baktığımızda bu planlarda değişmez olmalı ve uzun vadeli beş- on yıllık şehir planları değil de 50 yıllık planların yapılması gerekir. b- Bu sorunların çözümüne yönelik çözüm önerileri de bu söylediklerimin içinde bir master planın oluşturulması olarak değerlendirebiliriz. Yani uygulama ve politikalarımız uzun soluklu olmalı. Bir de değişen siyasi aktörlere göre planlar değişmemeli. Son olarak bu alanda akademik dünyayla iş birliği içinde gitmemiz gerekir. Bütün meslek örgütlenmeleri, tanıtma vakıfları, TÜRSAB, ALTİD, ALVAT Alanya özelinde mutlaka ve mutlaka bünyesinde akademik camiadan kişileri barındırmalı. Şehrimizde biri vakıf biri devlet olmak üzere iki tane üniversitemiz var ve iki üniversitede de turizm bölümleri yer almakta. Yani bakarsak Alanya'da turizm bölümlerimizde elimizde mevcut olarak akademisyenlerin var olduğunu söyleyebiliriz. Ama iş birliği noktasında akademi ile olan ilişkilerimizi daha da yoğunlaştırmamız gerekir. Yani bizler bu işi akademisyenlerle yapılmalı, projelendirilmeli ve sektörde de bunu kullanmalıyız. Son olarak acil bir turizm araştırma enstitüsünün de bölgeye kurulması gerekir.

[K15] Her turizm beldesinde olduğu gibi Alanya'da da çeşitli sorunlar mevcuttur. Aslında Alanya turizmi, bir turizm derneği ile 1940' lı 50' li yıllarda başlamış. Ondan sonra pazar değişiklikleri ve büyüme ile bugüne kadar gelmiştir. 80' li yıllarda şöyle bir süreç yaşandı, "siz yeter ki şu tesisi yapın, biz sezona turist yetiştireceğiz" diye çok yüksek volümlü bir turizm hareketine,

*Alanya alt yapı olarak yetiştirmeye çalıştı. Yollarıyla, suyuyla, yağmursuyu kanallarıyla, altyapılarıyla, arıtma tesisleriyle... Önden giden turizm hareketine, arkadan alt yapıyı yetiştirmeye çalışmakla geçirdi. Dolayısıyla Alanya'nın alt yapısını, turizm altyapısını ve şehir kalitesini yükseltmek çok zaman aldı. Şu anda turizmde yeni bir sayfaya geçtik. Pazar çeşitlendi, çeşitlenen pazara göre değişik ihtiyaçlar oluşmaya başladı şehirde. Aslında bunu çarşıda bile görebiliyorsunuz. Yıllar önce Alanya'ya gelen Avrupalı turistlerin alışveriş yaptığı mekanlar kuyumculuktu, dericilik vs. Şimdi daha değişik sektörler mevcut yani buraya tattoo yaptırmaya gelenler bile var. Şimdi gelen insan profiline özel hem bir çalışma yapmak lazım hem bir esnaf tavsiyesinde bulunmak lazım, hem de şehri ona göre planlamak lazım. Bu şehirde turizmin bana göre en büyük eksikliklerinden bir tanesi planlama ile ilgili eksikliklerdir. Şehrin her tarafında çarşı var, en batısından en doğusuna kadar turizm çarşısı yapılanması var. Turist ise otelinden dışarıya çıktığı zaman güzel bir çevre istiyor. Şehre adım attığı zaman misafir odası konforunda olsun istiyor. Burada şehre bir standart getirmemiz gerekiyor. Kaldırımların yüksekliğinden tutun, ağaçlarının sayısına, çeşidine kadar gelen turistin ihtiyaçlarına göre satış yapan mekanların teşvik edilmesine kadar.... Bir kalite sorunu var demiyorum çünkü ciddi bir kalite sorunu olsa bu kadar yüksek volümlü bir turizm hareketi olmaz. a- Ama genel bir sorunuz var Alanya'nın görece olarak konaklama fiyatları düşük ve bölgenin teşvik alan ve bölgelerine göre tesislerin konaklama fiyatları düşük kalıyor. Bu konaklama fiyatlarını biraz daha yukarı çekmeyi yani Alanya'nın kazancının arttırmanın yollarını araştırmamız lazım. Buda talebin yükselmesi ile olur. Bu nedenle bizim yapacağımız şey bir kere 30-40 yaşını aşmış tesislerimizin yenilenmesinde teşvikler bulmamızdır. Şehrimizin, misafir odalarına daha özenli bir üst yapı yapmamız gerekiyor. Alt yapılarımız kapasitelerine dayanmış gibi görünüyor, bu alt yapıları gözden geçirmemiz gerekiyor. Bunun dışında şimdiye kadar saymadığımız kısım, işin tanıtım kısmı tanıtım kısmında da daha profesyonel daha büyük bir bütçeye ihtiyaç var bunu da sağlamamız gerekiyor. b- Şehirde bulunan potansiyel dinamiklerin verimli kullanılması açısından eksikliğini gördüğüm koordinasyonun toparlanması için yeni bir koordinasyon ve yönetim modeli öneriyorum.*

*[K<sub>16</sub>] Eksiklik tabii ki mevcut. Turizm konusunda yaşanan sorunlarda herkes topu birbirine atıyor. Partiler birbirini, hükümeti, belediyeyi ya da STK'ları suçluyor. Bir birliktelik yok yani. Nasıl söyleyeyim, kanat önderleri vardır turizmde şehrin hangi partiden o bu ABC fark etmez. Onların bir araya gelip bu sorunları içeren konuları konuşmaları gerekiyor ve işin açığı öyle daha etkili olur diye düşünüyorum. Burada herkes üzüm yemek değil bağcıyı dövmek amacıyla*

o yüzden o sorunlar bir türlü aşılmıyor yani. Bir de burada ALTİD var ALTAV var. Turizm alanında etkin kuruluşlar arasında. ALTAV daha çok tanıtım kısmında etkili. ALTİD güzel çalışmalar yapıyor. Bu alanda etkinliğini koruyor diyebilirim a-Genel olarak yaz turizmi hâkim olduğu için sorunlar da bu yönde yaşanıyor. b-Bir de biz Avrupa'nın en ucuz destinasyonuyuz bunu yükseltmemiz gerekiyor. Şeyi yükseltmemiz lazım. Alanya bazı durumlarda dezavantajlı. Antalya havaalanına gelen ekonomik geliri yüksek olan müşteriler Belek ya da Side'de kalıyor. Alanya'ya ekonomik anlamda en orta seviye veya onun altındakiler geliyor diyebilirim. Bizim asıl yapmamız gereken şehre gelmeyen yüksek gelirli turisti buraya getirmek. Bunun içinde eğitim vermek lazım, işte kalifiye elemanlarımızın bu alanda nitelikli olması lazım. Geçmiş yıllarda şehre çok fazla Alman, Hollandalı turist geliyordu. Hatta Hollandalılar için özel restoranı dahi vardı. Şimdi Hollandalının H' si bile yok. Yani göremezsin böyle tek tük belki İngiliz geliyordu mesela Alanya'ya şimdi o da çok uzun süreli kalmıyor maalesef. Bunun temel sebebi de müşterinin beklediği kaliteyi karşılamıyoruz. İskandinavlar da kaçıyor. Kaliteli diyebileceğimiz misafirlerin hepsi ya kaçtı ya da ev alıp otellerden uzaklaştı. Ev satın alanlarda evlerini kiraya verip o şekilde bir darbe vurdu sektöre. Bu konu da bizim önerilerimizde yer alıyordu mesela bunu da yazdık. Hem ekonomik bir kayıp hem de bir güvenlik sorunu oluşturuyor bu durum. Turist bir ev alıyor ve evini 12 ay boyunca otel gibi işletiyor, kiraya veriyor.

[K<sub>17</sub>] Geliştirilmeye çalışılan politikaların sürdürülebilirliği konusunda sıkıntı yaşanmakta. Belli bir aşamaya kadar konu gündemde kaldıktan sonra, yapılan girişimlerin takibi, sonuçlandırılması ve sonraki aşamaların planlanması ve yürütülmesinde, paydaşlar arasında iş birliği sağlanamamakta. Birçok kurum, kuruluş, sivil toplum örgütü iyi niyetle bir şeyler yapmak için çalışıyor ama bir birliktelik olmadığı için bir tabi ki sonuç alınamıyor. a-Tüm turizm çeşitlerinde yaşanıyor diyebiliriz. Ancak özellikle, spor, sağlık ve tarih turizmi anlamında eksiklerimiz bulunmaktadır. Deniz, kum, güneş ve eğlence turizmi konusunda da eksiklerimiz bulunmaktadır. b-Tüm kurum, kuruluş, sivil toplum örgütleri, sektör temsilcileri, akademisyenler vb. paydaşlarla ortak bir çalıştay düzenlenerek, Alanya turizminin masaya yatırılması, sektörün kısa-uzun-orta vadede beklenti ve hedeflerin saptanması ve buna göre politikalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca Alanya'nın hangi turizm çeşitlerinde geliştirilmesinin de saptanması gerekmektedir. Her çeşit turizm yerine, yapısına en uygun turizm çeşitleri belirlenerek, ona göre politika geliştirilmesi daha uygun olabilir. Tüm bu çalışmalar profesyonel bir ekiple, bir stratejik plan dahilinde yürütülmeli, dönemsel analizler ve raporlamalarla takibi yapılmalıdır.

[K<sub>18</sub>] Şimdi bu aslında turizm politikası olarak mı değerlendirilir bilmiyorum ama bölgedeki benim en belirgin bulduğum sorunların başında aslında doğru bir odak noktamız yok ya da şöyle ifade edeyim, Alanya limanına girdiğinizde oradaki gemilere figürlerine bakıyorsunuz. O figürlerde hiç bizim Türk Geleneklerini yansıtan ya da bizi yansıtan çok büyük öğeler görmüyorsunuz ya da restoranları incelediğinizde restoran menülerine baktığımızda belki de yöresel ürünleri görmüyorsunuz. Ama turizmin en önemli özelliklerinden birisi aslında o bölgeye özel hususların kültürler arası alışveriş demektir. Biz yabancı turistte aslında kendi kültüründe, kendi bölgesinde de görebileceği şeyleri sunuyoruz ama bizim çok daha değerli, çok daha zengin kültürlerimiz var. Bunların üzerine odaklanılırsa aslında çok daha nitelikli bir turizm olacağını düşünüyorum. Bir de her şey dahil sistemin aslında ben uygulanması taraftarı değilim. Her şey dahil sistemi, turizme düşündüğümüzde işletmecilere ciddi bir katkı sağlayabiliyor. Sürümden kazanıyor ama turizmin diğer paydaşlara da yayılması konusunda her şey dahil sistem biraz engelleyici bir sistem. Yani esnaflarda yeterince bu konudan yararlanamayabiliyor. Aslında daha fazla niş pazarlar yaratabiliriz. Çünkü detaylı düşündüğümüzde bu sistemin ciddi zararları da var. Aslında her şey dahil sistem kitlesel turizmin bir devamı niteliğinde. Her şey dahil sistemi bununla birlikte açık büfe servisi ve benzeri gibi birçok konuda aslında dezavantajlar ortaya çıkarıyor. Genelde Alanya'da kitlesel turizmden ciddi pay alan deniz güneş, kum aslında üçgeninde ama alternatif turizm türleri daha fazla gelir getirici olabilir. Şöyle ki, çok fazla sayıda turisti ağırlayıp belli bir miktar kazanmak mı yoksa daha az sayıda turistle daha fazla miktarda döviz kazanmak mı? Tabii ki bunu istatistiklerle daha yaygın olur. 1.000 kişiden 1.000 \$ kazanmak mı? 100 kişiden 1.000 \$ kazanmak mı? Bence 100 kişiden 1.000 \$ kazanmak daha mantıklı ki bizim tesis kalitemiz bence dünya standartlarının oldukça üzerinde. Çok ciddi güzel tesislerimiz var bunu. Yurt dışı gezilerinde de fark ettim. Biz bu kadar nitelikli tesisleri aslında çok ucuza satıyoruz. Kitlesel turizmden dolayı biz bunu diğer alternatif turizm türleriyle destekleyerek arttırabiliriz. Kongre turizmi mesela bu konudaki önemli turizm türlerindedir ki zaten bölgede yapılıyor ama payı arttırılabilir. Sezona yaymak açısından daha farklı turizm türleri de değerlendirilebilir. Spor mesela. Sağlık turizmi, son yıllarda zaten devletçe de desteklenen bir turizm türü. Bunun haricinde bölgemiz kırsal turizm faaliyetlerine çok uygun bir bölge kırsaldaki turizm faaliyetleri arttırılarak aslında yerel halkın da turizmden pay alması desteklenebilir. Bunun ekonomik anlamda ciddi faydaları olacağını düşünüyorum. Ama tabii ki turizme dair atılacak tüm bu ekonomik adımlar çok ince düşünülmek üzere yapılmalı. Çünkü turizmin maalesef yok edici bir rolü de



olabilir işte kitlesel turizm örneğinden devam ettiğimizde binalaşma betonlaşma doğaya da ciddi zarar verebilir. Biz turizmi şöyle değerlendiriyoruz, ekonomik niteliği olmayan ürünler bize ekonomik nitelik kazandırıyor. Deniz, güneş, kum gibi işte deniz orada durduğu sürece bize para kazandırmıyor ama biz kaynakları doğru kullanıp sürdürülebilir bir şekilde düşünüp de bina yatırımları ve benzerleri doğru planlamazsak maalesef ileride bir gün rahat bir şekilde girecek denizlerde kalmayacaktır. Bu durum sadece Alanya'da özelinde değil tüm ülkede durum böyle. Türkiye'deki kitlesel turizmden yana en fazla payı alan kent Antalya'dır, Alanya'da bunun büyük oranlarına sahip. Zaten otellere baktığımızda da yoğunluğun bu bölgede olduğunu görebiliriz. İşte bence bunları daha kaliteli ve sürdürülebilir hale getirebilirsek gelir seviyesi yüksek turistlerin çekilmesine yönelik politikaları da hazırlamış oluruz diye düşünüyorum.

S4: Alanya'da yerel turizm politikalarının oluşumunda yer alan aktörlerin rollerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

[K1] Merkezi hükümetin bu konularda bir şeyler yapması lazım işte Turizm Bakanlığı var. Ama bence Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, Kültür Bakanlığı ve Turizm Bakanlığı olarak iki ayrı bakanlık olarak ayrılması gerektiğini düşünüyorum. Neden? Çünkü turizm kültürde dediği zaman bu konu genelde turizm üzerinde yoğunlaşıyor. Kültür tarafına hiç bakılmıyor diyebilirim. Az önce bahsettiğimiz şeylerden de bu durum açığa çıkıyor zaten. Bakanlığın iki ayrı bakanlığa ayrılması lazım. Çünkü benim gördüğüm merkezi uygulamaların bu şekilde daha güçlendirilebileceğini düşünüyorum. Yerel aktörlere geldiğimiz zaman belediye zaten belediye bu işin içinde bu işin olmazsa olmazı. Çünkü sunduğun bütün yatırımlar alt yapı, üst yapı şehrin, kentin kültürel yapılanması ile ilgili politikalar belediyede yer alıyor, belediye üretiyor tabii şehir planlaması Turizm Bakanlığına gidip sonra belediyenin uygulamalarıyla geliyor. Bunun yanında son yıllarda uygulanan büyükşehir yasası ile bunun bize uygun olmadığını da düşünüyorum. Neden diye soracak olursanız; Antalya Alanya'ya yaklaşık 600 km mesafe dolayısıyla şimdi Antalya'daki bir belediye başkanının burası ile ilgili yapmış olduğu uygulamaların sorunlarda ne kadar çözüm ürettiği bir muamma. Anlık olarak sorunların çözümünde farklı disiplinleri bir araya toplamak uzun süre alıyor. Mesela Alanya olsa sadece işte kaymakamı, belediye başkanı işte ne bileyim diğer bürokratlar hemen toplanıp anlık olarak çözümler üretilebilir ve bu kalıcı da olur. Çünkü şehre ve şehrin dinamiklerine çok daha hakimler. Ama iş Antalya Büyükşehir'e kalınca sen hızlı karar veremiyorsun, hızlı karar veremiyorsun da sorun hızlı çözülmediği zaman da eksik kalıyoruz hatta bazı mevcut sorunların daha da arttığını görebiliyoruz.

[K<sub>2</sub>] Roller şöyle aslında biraz önce söylediğimde aynı, yani sonuçta herkes bu işin bilincinde olursa, ortak hareket bilinciyle kişisel ve kurumsal menfaatler bir tarafa bırakılarak turizm anlamında ortak menfaatler doğrultusunda kararlar alınıp, bunlar uygulanabilirse çok daha etkili olur. Çok daha ileriye yönelik olarak bizim adımıza, hepimiz adına fayda sağlar.

[K<sub>3</sub>] Alanya'da turizm politikasının oluşmasında yer alan aktörlerin başında tabii ki Alanya Belediyesi, ALTİD, ALTAV, Meslek Odaları ve diğer sivil toplum kuruluşları gelmektedir. Tüm kurumlar iş birliği içerisinde, üzerine düşen görevi yerine getirme gayreti içerisinde.

[K<sub>4</sub>] Alanya'da Turizm Politikalarında yer alan paydaşları olan Turizm İlçe Müdürlüğü, Alanya Belediyesi, Alanya Kaymakamlığı, ALTİD, ALTAV, TÜRSAB ve ARO'nun ortak alanda buluşarak Turizm Politikalarının gelişmesi ve ilerlemesi konusunda koordineli olarak çalıştığını düşünmekteyim.

[K<sub>5</sub>] Alanya'da Turizm Politikalarında yer alan tüm paydaşların şehirde turizm alanında uygulanan politikaların geliştirilmesi için koordineli bir şekilde çalıştığını düşünüyorum.

[K<sub>6</sub>] Aslında tek tek bakıldığında bir şeyler yapılmaya çalışılıyor. ALTAV ve yine belediye bünyesinde bulunan Turizm bölümü, Turizm Bakanlığı kendi mecralarında gerek tanıtım olsun gerekse şehrin planlanmasında bölgenin lokomotif sektörü olan Turizm ağırlıklı planlamalar yapmaya çalışıyor. Bu arada ticari mantık gereği konaklama sektörü ve seyahat acenteleri kısa ve orta vadeli çalışmalarla hem sezonu uzatma hem de ürün çeşitliliği sunma anlamında birtakım çalışmalar yapmaktadır.

[K<sub>7</sub>] Alanya da bu konuda en aktif kurumun ALTİD olduğunu söyleyebilirim. Alanya tanıtım ve pazarlanmasında destinasyon pazarlamasında çok ciddi ve güzel çalışmaları var. Alanya, bir turizm kenti. Belediyesi, kamu yöneticileri sivil toplum örgütleri, eğitim kurumları hepimiz turizmin nasıl ileriye taşıyabiliriz, kaliteyi nasıl arttırabiliriz bunun düşüncesindeyiz. Ancak etkin de bir inşaat sektörü var. Bu turizme ciddi anlamda darbe vuruyor. Alanya fazla inşaat sektöründe artık bir şekilde dur deyip bizim tesislerimizin estetik görünümüne önem vermeye ve bu konuda gerekli altyapı çalışmalarına başlamalı. Çünkü şehirde ciddi bir trafik sorunu var. Altyapı olsun arıtma tesisleri olsun artık bu kalabalığı kaldırmıyor. Bu konuların paydaşlar, üniversite, ticaret odası, belediye, kamu kurumları ve turizm ile ilgili sivil toplum örgütleri iş birliği içerisinde bir an önce iyileştirilmesi gerekiyor.

[K<sub>8</sub>] Cevaplaması zor bir soru. Aktör olarak ALTAV, ALTİD, kaymakamlık, belediye, ALTSO ve diğer sivil toplum kuruluşlarından bahsedebiliriz. ALTSO turizm ile istatistik tutup yayınlıyor ve bu akademik anlamda çok işe yarıyor

diyebilirim. Diğer şehirleri Ankara'yı İstanbul'u ya da Türkiye'nin genelini düşününce, Alanya paydaşların en sık bir araya geldiği destinasyonlardan birisi olabilir. Ancak politikalarda çoğunlukla Antalya'ya bağlı olunmasının ilerleyişi biraz yavaşlattığını düşünüyorum. Mesela sahilde yer alan büfeler Alanya Belediyesi'ne mi yoksa Antalya Büyükşehir Belediyesi'ne mi bağlı, teleferik Alanya Belediyesi'ne mi yoksa Antalya Büyükşehir Belediyesi'ne mi bağlı ya da bu tip politikalarda iletişimin biraz daha kuvvetli olup koordineli bir şekilde iş birliğinin yapılması gerektiğini düşünüyorum. Diğer yandan Alanya Belediyesi her yıl düzenli olarak festivaller düzenliyor. Bu festivallerde diğer aktörler de belediye ile birlikte hareket ediyor. Mesela tanıtımlar, reklamlar ALTAV tarafından yapılıyor. Ama ben gene de yapılan tüm etkinliklerde tanıtımların yetersiz kaldığını düşünüyorum.

[K<sub>9</sub>] Alanya'da turizm politikalarının oluşumunda yer alan aktörlerin rolleri oldukça önemlidir. Bu aktörler arasında turizm işletmeleri, Devlet kurumları, turizm kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve turistler yer almaktadır. Her bir aktör turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanması sürecinde farklı bir rol üstlenir. Turizm işletmeleri, turizm sektörünün öncüsü olarak turizm politikalarının belirlenmesi ve uygulanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu işletmeler, turistlerin ihtiyaçlarına uygun hizmetler sunmak için turizm politikalarını etkileyebilirler. Yerel hükümetler, turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanması sürecinde en önemli aktörlerden biridir. Yerel hükümetler, turizm sektörünün yönetimi için gerekli yasal düzenlemeleri yaparlar ve turizm sektörünü sürdürülebilir kılarlar.

[K<sub>10</sub>] Alanya'daki turizm aktörleri arasında şehir için daha iyisi olsun istiyorlar, aralarında yeterli iş birlikleri de var ancak devlet politikalarının teşviksizliğinden dolayı bir adım ileri gidilememektedir. Yurt dışında yapılan fuarlara yeterli katılım gösterilmemektedir. Fuar mantalitesi bu dijital dünyada artık işlevini eskisi kadar göstermiyor diyebiliriz. Şehrimizin pazarlama politikası şehrimizi ucuz satışa sebep oluyor. Son günlerdeki Ukrayna Rusya savaşından sonra emlak piyasasının yükselmesi belki iyi gibi görünse de yabancıya satış oranlarının daha da artması turizm sektöründe hizmet sektörünü baltalayacak gibi duruyor. Çoğu otelin yıkılıp residence modunda tekrar inşa edilmesi hem konaklama sektörünü şehir içi otelcilik anlayışını etkileyecek hem de güvenlik problemleri oluşturacaktır.

[K<sub>11</sub>] Alanya son dönemlerde spor turizminde aktif olarak rol almaya başladı. Ancak turistlerin Alanya'yı sadece deniz-kum-güneş nedeniyle seçmelerinin ötesinde; Alanya'yı markalaştırmamız gerektiğini düşünüyorum. Bu noktada

*alternatif turizm kaynaklarının çok iyi değerlendirip bu alanları turizme kazandırmamız gerekiyor.*

*[K<sub>12</sub>] Aktörlerin sektördeki güçlerine göre belirlendiğini düşünüyorum. Bu nedenle turizm sektöründeki tüm aktörlerin bu alanda çok yeterli donanıma sahip olduğu konusunda tereddütlerim var.*

*[K<sub>13</sub>] Alanya turizm politikası daha çok yerelde çözülmeye çalışılan bir konudur. Kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra STK temsilcileri de ortak çalışmalar gerçekleştiriliyor. Bu çalışmalardan Alanya için fayda çıkarımları önemlidir. Kurumlar ve ilgili STK'lar arasında daha sağlam bir ağ kurulması gerektiğini düşünüyorum. Aktörler bizim için çok önemli tabi. Ama bu aktörler ne kadar aktör olabiliyor? Az önce değindiğim konuyu burada tekrar edebilirim bizim yerelde aktörlerimizin geçici olduğunu bu nedenle rollerinin de geçici olduğunu ifade edebilirim. Daha önceki bölümlerde de söyledim yani aktörlerimizin iş birliği ve koordinasyonu sağlamak ya da daha etkili olabilmek için kesinlikle akademik dünyayı arkasına almaları gerekir.*

*[K<sub>14</sub>] İnsan kaynağı ve politika üretmek açısından Alanya'yı çok şanslı ve tecrübeli buluyorum. Çünkü işin taşımacılık, transfer ve acente açısından bakıldığında onlarca yılı aşkın tecrübeye sahip bir acente kaynağı var. Bunlar TÜRSAB bünyesinde temsil ediliyorlar. TÜREFOD ve diğer kuruluşa bağlı otelcilerin temsil edildiği ALTİD gibi Alanya'nın en etkin derneklerinden bir tanesi var. Burada da Alanya'nın en köklü turistik tesislerinin tecrübeleri ile bugünlere gelmiş ve yarınlara da planlama yeteneğine sahip olmakla beraber yöneticilere de sahip. Alanya ticaretinde en ağırlıklı alan ve lokomotif sektör turizm olduğu için turizm esnafının, çok domine ettiği bir ticaret odası ve esnaf odası var. Bu insanların şehirle ilgili önemli görüşler var ve gelinen noktada problemlerin çözümlerine dair de politikaları var. Kendilerine göre yapmak istedikleri projeler de var. Yerel yönetim ise yani Alanya'nın lokomotif sektörünün turizm olduğunun bilincinde ve kapasite kadro, maddi imkân açısından da Alanya için yeterli bir seviyede, yani insan gücü ve kaynak açısından fena bir yerde durmuyor.*

*[K<sub>15</sub>] Maddi kaynak açısından ihtiyaç duyulan şeyler var. Bunlardan bir tanesi mesela çeşitli teşviklerle tesislerin kendini yenilemesi, tanıtımda daha yüksek bir bütçenin kullanılması, bir de son zamanlarda birazcık daha sorun olarak ön plana çıkmaya başlayan maliyetlerin artması nedeni ile yetişmiş turizm elemanı açığının daha yoğun bir şekilde ortaya çıkması tesislerin kapandığı bir dönemde o personele maaş verebilecek gücü tesislerimize kazandıracak yüksek gelir seviyesi sağlamak gibi bazı sorunlarımız var. Ama bu potansiyeli yani sektörün bütün bileşenlerini tam kapasite ile kullanabildiğini söyleyemeyiz.*

*Koordinasyon konusunda eksiğimiz olduğu aşikâr. Bütün bu potansiyelin ve kaynakların koordinasyonu konusunda sıkıntılarımız var. Bizim burada Turizm Tanıtma Vakfı, TÜRSAB, ALTİD, ticaret ve esnaf odalarının bir arada daha büyük daha uzun vadeli ve daha projeksiyonu geniş bir turizm politikasını güncellememizin zamanı geldi. Bunu da koordine edecek bir iradeye ihtiyaç var.*

*[K<sub>16</sub>] Üçüncü ve dördüncü soruyla birleştirip cevap verdim sanki.*

*[K<sub>17</sub>] Turizm politikalarının belirlenmesinde iki aşama olduğunu görüyoruz. Birincisi merkezi yönetimin karar ve uygulamalar, ikincisi ise yerel yönetimlerin alacağı karar ve uygulamalardır. Kültür ve Turizm Bakanlığı maalesef ülkemizde bakanlık protokolünde en alt sıralarda yer almaktadır. Oysa yapısı güçlendirilmeli, bölgesel gereklilikler göz önünde bulundurularak, yereldeki idarecilerin görüşleri alınarak kanunlar ve yönetmelikler hazırlanmalıdır. Bizler merkezi yönetimlerin sahada olan bizlerin görüşlerine çok fazla başvurmadıklarını düşünüyoruz. Özetle hem merkezi yönetim hem sektörün her kesimi ile iş birliği ve koordinasyonunun güçlü olması gerekir.*

*[K<sub>18</sub>] Alanya bu anlamda aslında şanslı bir bölge. Çünkü bireysel anlamda da tanıdığım, Türkiye’de otorite olarak kabul edilecek örgütlerin yönetim kademesindeki kişiler Alanya’da turizm faaliyetlerini sürdüren ya da Alanya’ya yakın bölgelerde de faaliyet gösteren kişilerdir. Bu anlamda yerel yönetim organları bu kişilerden de faydalanarak uygulamalar oluşturabilir. Ki bu kişiler de Alanya’da turizm sektöründe söz sahibi olan kişiler. Bununla birlikte zaten turizmden ciddi anlamda ekonomik fayda sağlayan bir kent olduğu için aktörler ne yapması gerektiğini iyi biliyor. Belediyenin bu anlamda alt yapı yatırımlarını yaparak işletmelere kolaylıklar sağlaması, yapılan diğer yatırımlar ya da turistik olarak öne çıkan alanların temizlenmesi bakımının yapılması gibi sayabileceğimiz belediyeye has işlemleri yerine getiriyor. Bence güzel yaptıklarını düşünüyorum zaten. Bunun yanında birçok meslek örgütü var. Onların da gayet akli selim çalıştıklarını düşünüyorum.*

S<sub>5</sub>: Turizm politikası oluşturulması sürecinde aktörler arasında yeterli derecede koordinasyon ve iş birliği olduğunu düşünüyor musunuz?

- a. Koordinasyon ve iş birliğinin hangi sebeplerden dolayı sağlanamadığını düşünüyorsunuz?
- b. Bu konuda yaşanan sorunlara yönelik çözüm öneriniz nedir?

*[K<sub>1</sub>] Tabi ki. Şöyle belirtiyim belediye var, bakanlık yapılanmaları var, kaymakamlık var, diğer taraftan ALTİD ve bunun yanında da ALTAV var. Dolayısıyla zaten belediyede ALTAV içerisinde yani tanıtımda belediyenin de aktif katılımı ve rolleri var diyebilirim. Çünkü tanıtım en önemli argümanlarımızdan bir tanesi. ALTİD zaten işletmeleriyle ilgili kalitenin*

artırılmasıyla ilgili belediyeye, güvenlik güçleri ve kaymakamlık ile iş birliği halinde güvenlikle ilgili çok fazla çalışmalar yapıyor. Burada yapılan çalışmaların da koordinasyon içerisinde yürütüldüğünü söyleyebilirim. Konusu geçmişken güvenlik çok önemli bir konu bence. Çünkü ben güvensiz bir yere gidebilir miyim? Gitmem bu gerek kıyılarda gerek kolluk kuvvetleri gerek sağlık ve gerekse yeme içme anlamında. Bu anlamda bunların dışında da o kadar daha konumuz var. Ama temelde denizin temiz ve güvenilir olması mavi bayraklı sahillere sahip olunması o kadar farklı argümanı, yeme içme, gastronomi alanında insanlara güvenli alanların oluşturulması gerekiyor. Yani buraya gelen müşteriyi güvenlik dahil her anlamda rahat ettirmemiz gerekli. Başka bir deyişle de müşteriyi turizmden onları memnun olarak göndermemiz lazım ki tekrar bizi tercih etsin.

[K<sub>2</sub>] Belirli bir döneme kadar bu böyleydi. Bir dönem sekteye uğradı. Bugün kaldı ki benim başkanlığım döneminde en çok uğraştığım konudur bu. Belediye gibi Ticaret Odası gibi bu işte etkili olabilecek kurumların ve bizim içinde olduğumuz grubun tabii devlet erkiyle de koordineli çalışarak etkileşimi arttırmaları gerekiyor. Bu süreçte de sanıyorum yani ümit ediyorum ki daha önce olduğu gibi bunu Alanya adına Türkiye turizmi adına başaracağız. Hangi sebeplerden sağlanamadı bir dönem? Diye soracak olursanız kişisel şeylerden, bireysel yaklaşımlardan kaynaklı diyebilirim. Bu doğru değildi ama dediğim gibi bugün tekrar bu iş toparlanacaktır. Çözüm önerileri olarak daha çok etkileşim, daha çok bir araya gelme, kurumların başında olan insanların bu yerelde belediye de dahil olmak üzere liyakatli insanlar olmaları ve bu konuda bilinçli olmaları bu işin çözümüdür. Başka bir çözümü de yok zaten bana göre veya tepeden inme bir şey olacak ki tepeden inme örnek devlet tarafından işte bu böyle olacak şekilde yapılacak şeyler. Ne yazık ki zaman içerisinde bir şekilde ters yapıyor veyahut yok oluyor. Onun için de içten gelen alttan gelen bir hareket. Her zaman çok daha etkili ve uzun süreli oluyor, sürdürülebilir oluyor.

[K<sub>3</sub>] Alanya bu konuda şanslıdır. Birçok ilden büyük olmasına rağmen, kurumlar arası iş birliği üst düzeydedir. Daha samimi, daha iç içe çalışan bir yönetim kadrosu vardır. Her koşulda hızlıca bir araya gelebilen bu yapı, turizm sektöründeki gelişmeler ve sorunlar karşısında da aynı duyarlılığı göstermektedir.

[K<sub>4</sub>] Turizm politikası oluşturulması sürecinde aktörler arasında koordinasyon ve iş birliğinin yeterli olduğunu düşünüyorum. Bu konuda çalışmalar berrak bir iletişim çerçevesinde yapılmaktadır.

[K<sub>5</sub>] Sektörde yer alan paydaşlar arasında yeterli derecede koordinasyon ve iş birliği bulunduğunu düşünüyorum.

[K<sub>6</sub>] Belki de yaşanan sıkıntılar buradan kaynaklanıyor. Turizm politikaları belirlenirken bölgenin isteklerine göre yapılacak kısa, orta ve uzun vadeli planlamalar gerekiyor. Bu aşamada kamunun, yerel yönetimlerin ve özel sektörün yapacağı çalışmalar var. Ancak burada belirleyici bölgede yaşayanlar olarak ihtiyaçları yakından bilen yerel yerel yönetimler be bölgeye yoğun turist trafiğini sağlayan acenteler olmalı. Şehrin trafiğinden altyapısına, yeni ürün sunma çalışmalarından tanıtımına kadar merkezi hükümet desteğini sunmalıdır. Turizm bakanlığına bağlı turizm ofisinde çalışan sayısının bölge gerçeklerine göre belirlenmesi yerel yönetimin tavsiyeleri dikkate alınarak belirlenmelidir. Hizmet verilen misafir sayısı ve bölgenin yatak kapasitesi merkezi hükümetin yerel yönetimlere verdiği ekonomik katkıda bile esas alınmalıdır. Bu örnekler çoğaltılabilir.

[K<sub>7</sub>] Evet, bu konuda Alanya destinasyonu, destinasyon yönetiminde en başarılı destinasyonlardan birisi diyebilirim. Çünkü paydaşların birbirleriyle koordinasyonu çok güçlü. Yani turizm konusunda bir toplantı ya da bir politika üretelim dendiği zaman hepsi hemen katılım sağlıyor. İştirak sağlayabiliyorlar. Zaten bunların kendi aralarında çok disiplinli bir koordinasyon, periyodik koordinasyon toplantıları da yapılıyor. Şahsen bu konuyu takip ediyorum.

[K<sub>8</sub>] Alanya' da aktörler arasında net bir şekilde iş birliği yapıldığını düşünmüyorum. Tabi burada ortak paydada buluşamama ya da bireysel çıkarlar gibi konular devreye giriyor. Bir de tanıtım, altyapı eksikliği, nitelikli personel gibi konularda yeterli olunamaması durumu var. İş birliğinden daha önce çok koordinasyon sağlanamamasının sebebi herkesin kendi menfaatini, kendi çıkarını düşünmesinden dolayı ortaya çıkıyor. Yani bireysel çıkarlar rol oynuyor diyebilirim. Otel sahipleri açısından düşününce kış aylarında 3-4 tane festival düzenleniyor. Ama destinasyonda yer alan otellerin neredeyse tamamı kışın kapalı oluyor. Ama birkaç tane otel kış aylarında açılrsa belki birkaç dönem çok büyük kar edemezler hatta ilk dönem belki zarar ederler ama uzun dönemde düşününce gelen turist sayısının artmasına bağlı olarak kar oranlarının da giderek artacağını söyleyebiliriz. Otellerin açık olmasından dolayı turistlerin festivallere katılma oranları arttıkça kar oranı da yavaş yavaş artar. Tabi bir de kışın yapılan festivallere katılan turistlerin ekonomik anlamda gelir düzeyinin biraz daha yüksek olduğunu düşünmemiz gerekir. Ama burada bahsettiğim konu yani kişisel çıkarlar devreye giriyor kimse birkaç dönem zarar yapmak istemiyor. Burada sadece elde edilecek olan kârı değil kalite ve kârı birlikte düşünmek faydalı olabilir biraz ondan dolayı iş birliğinde sıkıntı bulunmakta. Bu konular nasıl çözülebilir diye bakılırsa devletsel teşvik olabilir turizm için teşvikler çıkarılabilir ya da bireysel çıkarların biraz daha geri planda tutulması ile en

azından bir süre kalitenin artması sağlanabilir. En azından ekonomik anlamda kaliteli turistleri destinasyonumuza çekene kadar.

[K<sub>9</sub>] Turizm politikası oluşturulması sürecinde aktörler arasında koordinasyon ve iş birliği düzeyi ülkeden ülkeye farklılık gösterir. Ancak genel olarak, turizm politikası oluşturma sürecinde tüm aktörlerin bir araya gelerek ortak hedeflere odaklanmaları önemlidir. Turizm politikasının oluşturulması sırasında, turizm sektöründeki farklı kurumlar ve kuruluşlar, devlet yetkilileri, turizm işletmeleri, sivil toplum örgütleri ve turistler gibi birçok farklı aktör bulunmaktadır. Bu aktörlerin her biri kendi önceliklerine ve hedeflerine sahip olabilirler. Ancak, turizm politikası oluşturma sürecinde tüm bu aktörlerin birbirleriyle iş birliği yapmaları, fikir alışverişinde bulunmaları ve ortak hedefler doğrultusunda koordinasyon sağlamaları gerekmektedir. Bu sayede, turizm sektörünün sürdürülebilir bir şekilde büyümesi ve gelişmesi mümkün olabilir. Sonuç olarak, turizm politikası oluşturulması sürecinde aktörler arasında yeterli derecede koordinasyon ve iş birliği olup olmadığı ülkeden ülkeye değişebilir. Ancak turizm sektörünün sürdürülebilir bir şekilde büyümesi için tüm aktörlerin bir araya gelerek ortak hedeflere odaklanması ve iş birliği yapması önemlidir. Turizm politikasının oluşturulması sürecinde koordinasyon ve iş birliği sağlanamamasının birçok sebebi olabilir. Bunları sıralayacak olursam ilk olarak farklı çıkarlar gelebilir. Turizm sektöründe yer alan farklı aktörlerin farklı çıkarları olabilir. Bu çıkarlar, turizm politikalarının oluşturulması sürecinde iş birliğini ve koordinasyonu engelleyebilir. Yetersiz iletişim: Turizm sektöründeki aktörler arasında yetersiz iletişim, fikir alışverişi ve etkili bir diyalog eksikliği olabilir. Bu durum, aktörler arasındaki iş birliğini ve koordinasyonu engelleyebilir. Kaynak yetersizliği: Turizm politikası oluşturma sürecinde, aktörler arasındaki koordinasyon ve iş birliğini sağlamak için yeterli kaynaklar ve bütçe ayrılmamış olabilir. Bu da iş birliği ve koordinasyonun sağlanamamasına neden olabilir. Farklı düzenlemeler ve politikalar: Farklı düzenlemeler ve politikalar, turizm sektöründeki aktörlerin bir araya gelerek ortak hedeflere odaklanmasını ve iş birliği yapmasını engelleyebilir. Siyasi istikrarsızlık: Siyasi istikrarsızlık ve politik belirsizlik, turizm politikalarının oluşturulması sürecinde aktörler arasında iş birliği ve koordinasyonun sağlanmasını zorlaştırabilir. Bu nedenlerden dolayı, turizm sektöründeki aktörlerin bir araya gelerek ortak hedeflere odaklanmaları ve koordinasyon sağlamaları gerekmektedir.

[K<sub>10</sub>] Türkiye genelinde aktörler arasında doğru bir iş birliği olduğunu düşünmüyorum. Doğru planlama, zaman ve maliyet yönetimi tam anlamıyla yapılmadığından, kurumlar kendi iç plansızlıklarını çözemedikleri için



kurumlar arası işleyiş de sekteye uğruyor. Yıllık planlamalar çevresinde planların uygulamaya geçirebilmesi için öncelikle maliyet önceliklerimizi belirlememiz gerekmektedir. Böylelikle gerekli kurumlara fonlar için başvurular yapılabilir, pazarlama noktaları ve zamanlama konusunda çakışmalar yaşanmaz.

[K<sub>11</sub>] Ben şahsen tüm aktörlerin iş birliği içerisinde hareket ettiğini düşünüyorum. Bunda bir ilçe olmamızın ve sıcak ilişkiler kurulmasının da etkisi var tabi. Bir de sezonda yaşanan bir sorun tüm sektörü etkilemekte. Yani yaşanan bir sorunda otellerden turistik eşya satıcılarına kafelere kadar tüm sektör olumsuz etkileniyor. Bunun için herkesin iş birliği içerisinde olduğunu düşünüyorum.

[K<sub>12</sub>] Hayır düşünmüyorum, turizm politikaları genelde merkezce yönetilmektedir. Genel olarak kararlar merkezi olarak verilmekte turizm hassasiyetlik yeterince değerlendirilememektedir. Sektör ile ilgili firmalar ya da sivil toplum kuruluşlarının görüşleri alınmamaktadır. Sorunların öncelikle tespit edilerek, ihtiyaçlar belirlenerek çözüme ulaşılması için gerekli koordinasyonun sağlanması operasyonun buna göre yapılması gerektiğini düşünüyorum.

[K<sub>13</sub>] Aktörler arasında koordinasyon ve iş birliği olduğunu biliyorum. Bunun daha geniş bir network ağıyla desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum.

[K<sub>14</sub>] Koordinasyon ve iş birliği çözümünde herkesin bir arada hareket etmesi gerekir. Alanya Tanıtım Vakfı dediğimizde belediyeden tüm turizm işletmelerine kadar reklamda, tanıtımda, pazarlamada, yeni destinasyonlarda mutlaka profesyonel ve sürekli kadroların birlikte hareket etmesi gerekir. Süreklilik için bunu yapmalıyız. Süreklilik için biraz da dijitalleşmeye de eğilmemiz gerekiyor sanki. Alanya bazında büyük eksiklik tabi bulunmakta. Artık dijital uygulamalar şehirleri yönetiyor. Artık kitle turizminde bireyselleşme var. Yani acente ayağı Alanya için önemli tabi. Ama artık insanlar bu cep telefonundan rezervasyonunu yapıp ya da yolda karar verip direk online sistemler üzerinden kendi rezervasyonlarını yapabiliyor ya da burada bir yere ulaşacak gezi alanlarına müzeye, kültürel alanlara ulaşacaksa artık insanlar kendi deneyimleriyle ulaşmak ve bu deneyimleri paylaşmayı istiyor. Diğer insanların deneyimlerini paylaşmalarına göre de tercihleri değişebiliyor.

[K<sub>15</sub>] Evet, bu konuda eksik olduğunu düşünüyorum. Çok kuvvetli konaklama tesisi temsilcilerinin oluşturduğu ALTİD var. Tanıtım konusunda 20 yılı aşkın bir süredir değişik pazarlarda faaliyet gösteren yöneticilerimiz var. Türkiye'nin en büyük seyahat acentelerinin temsilcileri yer aldığı TÜRSAB var. Şehrin dinamik sektörü olan turizm işletmecilerinin, tüccarlarının, turistik eşya satıcılarının örgütlendiği ticaret odası ve esnaf odaları var yerel yönetim var. Fakat bunların sürekliliği olan gündemi olan, belli bir program dahilinde bir araya geldikleri

bir koordinasyon problemi yaşadıklarını rahatlıkla söyleyebiliriz. a- Yani bu aslında birisinin iradeyi ele alarak bütün sektörün eşit mesafede pozitif olumlu yaptırım gücünü de bir ekonomik gücü olan, yapı olan, bir beyin tarafın yapılması yani yerel yönetimler tarafından yapılmasını öneriyorum. Bunun sağlıklı bir şekilde bugüne kadar olmayışının değişik sebepleri oldu. Bazı durumlarda bu kurumların politize olmasının etkisi oldu. Bazı durumlarda da yerel yönetimlerin ihmali olmuş ama bu işin aslında yerelde olması gereken turizmi komponentlerini bir araya getirecek kurum yerel iradedir, mahalli iradedir. b- Önerimiz; şehirde sürekliliği olan bir turizm masasının kurulması gerekiyor yani bu herhangi bir yapının altında olması gerekmiyor. Aslında yapılanırken Turizm Tanıtım Vakfı belediyenin çoğunlukla uzunca bir süre belediye başkanın olduğu, içinde ALTİD, TÜRİSAB, Ticaret Odasının da temsil edildiği bir yapılanma olarak kurulmuştu. Ama bu yapı daha sonra Alanya turizminin tanıtım işini üstüne aldı ve bu iş biraz daha kapsamlı kaldı. Olması gereken bu turizm masası ALTAV bünyesi altında da olabilir, yeni bir yapılanmada olabilir. Ama sürekliliği olmalı yani hem gündemi olmalı hem sürekliliği olmalı... Bu arama konferansını yapanların, hatta ek olarak şehrimizde bulunan üniversitelerimizin de katkısını almak, turizm konusunda uzmanlaşmış çok eski tecrübeleri olan üniversitelerin katkılarını da almayı ekleyerek, yerel yönetimin lokomotifi olduğu yeni bir yapılanma olmalı. Aslında ilk başta Alanya Turizm Tanıtım Vakfı bu düşünce ile kurulmuştu. Ama daha sonra değişik sebeplerden dolayı sadece tanıtım alanında kaldı. Aslında Alanya'da turizm politikalarının oluşturulduğu, güncellendiği, genişletildiği ve uygulamasının da denetlendiği, büyük bir yapıya dönüşmeli ALTAV. Ama bununda lokomotifinde başında yerel yönetimler olabilir. Yerel yönetimler kendilerini ALTAV'ın yanında konumlayabilir, destekçisi olabilir.

[K<sub>16</sub>] Alanya Türkiye'de turizmin en önde gelen yerlerinden biri. Yine de çoğu yere göre iyiyiz hani biz de sorunlar var diyoruz ama yine de Türkiye'deki çoğu yöreye göre gelişmiş bir turizm politikamız, turist kalitemiz var. Turizm kalitemiz var. Yani her yerle yarışabilir bir konumdayız. Ancak bu kadar büyük imkanlara sahip bir yörede turizm alanında etkin olarak koordinasyonun sağlandığını düşünmüyorum. Sürekli suçu birine atmak ya da yapılan hataları bir kuruma bağlamak gibi bir düşünce var. Ama bakacak olursak lokasyon olarak küçük bir yöreyiz yani paydaşların çok daha etkili bir şekilde iletişim kurabilir. Tabi buradaki sorun biraz da kişisel çıkarlarda yatıyor. Tam anlamıyla bir koordinasyonun sağlanması gerekirse tüm aktörlerin çıkarlarını bir kenara bırakıp Alanya Turizmi adına elini taşın altına koyması gerekiyor.

[K<sub>17</sub>] Az önce ifade ettiğim konuları dikkate alırsak hayır demenin daha doğru olduğunu düşünüyorum. a-Bir kurum/kuruluşun çalışması diğerleri tarafından

yeterince benimsenip, destek görmemekte. Genellikle kuruluşlar kendilerini ön plana çıkartmayı tercih etmekte. Ayrıca turizm bir hükümet politikası değil bir devlet politikası olmalıdır. Bakanlar değişince turizmin politikalarında köklü değişiklikler olmamalı her şey sıfırdan başlanmamalıdır. Yerelde de böyle bu durum. Yöneticiler veya temsilciler değiştiğinde tüm uygulamalar ve çalışmalar sonlandırılmamalı. Bu nedenle bireysel uygulamalar değil de gerçekten turizm açısından herkesin ihtiyacı olacak şekilde düzenlemeler ve uygulamalar yapılmalı ki kişiler değiştiğinde politikalar sekteye uğramadan devam edebilmeli. b-Tüm kurum, kuruluş ve paydaşların temsilcilerinden oluşan bir kurulun başkanlığında profesyonel bir ekiple çalışmaların yürütülmesi gerekir. Yani bu anlamda Alanya'da profesyonel bir ekibin kurulması şart.

[K<sub>18</sub>] Şimdi aslında bizim ülkemizde bence şöyle bir şey var. Mesela seyahat acenteliği konusunda biz bazı şeyleri yasal zemine oturttuk. Bu anlamda TÜRSAB yasal olarak bazı haklara sahip ama otelcilik anlamında TÜROFED sahip değil. TÜRSAB acenteleri organize edebiliyor denetleyebiliyor ama TÜROFED daha çok otellerle ilgili uygulamalar, organizasyonlarla ilgileniyor ama yasal anlamda uygulamalar değil hiçbiri. Ve tabii ki büyükün yapılan uygulamalarla standartlar getiriliyor. Mesela rehberlik de bu manada yasına kavuştu. Bir meslek kanunu oldu ama otelciliğin bu anlamda bir meslek kanunu henüz yok. Ben otelciliğin de bir meslek kanununa ihtiyaç duyduğunu düşünüyorum. Bu anlamda işletmecilerin daha aktif bir şekilde turizmde söz sahibi olması ve etkinliklere de katılması gerekiyor. Geçmiş çalışmalarda bize birçok şeyi gösteriyor. Mesela birçok ülkede tanıtım faaliyetlerinde özel sektörün de katkısı söz konusu. Ama Türkiye'deki tanıtım faaliyetleri, ülkenin tanıtım faaliyetleri devlet bütçesinden yapılıyor. Burada Bence daha aktif bir şekilde tanıtımda işletmelerde yer almalı diye düşünüyorum. Mutlaka özel sektörün de katılımı vardır tanıtımlarda ama bu pay biraz daha arttırılmalı. Bir de standardizasyon konusunda. Yanlış hatırlamıyorsam şu an 1982 yılındaki Turizm Teşvik Kanunu uygulanıyor. Biz hala bu kanuna göre 1982 yılındaki Turizmi Teşvik Kanunu'na göre uygulamalar yapmaya çalışıyoruz. Mesela bugün turizm tesislerinin belgelendirilmesi bu kanuna bağlı yönetmelikte. Bu durumun günün koşullarına göre güncellenmesi gerektiğini revize edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Tabi yerel yönetimler ya da sektördeki bu konuna ne yapabilir diye soracak olursanız Alanya üzerindeki tüm paydaşların da kamu kuruluşlarının da bu konuda bakanlığa görüş bildirmesi gerektiği kanısındayım.

S<sub>6</sub>: Alanya'da etkili yerel turizm politikasının uygulanmasında hangi konulara dikkat edilmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?

[K<sub>1</sub>] Turizmin gelişmesi noktasında ulaşım olmazsa olmaz konu. Ulaşım fırsatı çok önemlidir. Yani ulaşamadığın yere gitmek zor olursa şimdi şöyle bir şey, Antalya'ya turist geliyor, kaç saatte geliyor? İki buçuk ya da üç saatte. Alanya'ya gelinceye kadar da otobüsün içinde o kadar süre geçiyor dolayısıyla. Şu anda bizim en büyük sıkıntılardan birisi de maalesef yani ulaşım. Gazipaşa Havaalanı yapıldıktan sonra bu bir nebze bu hafifledi ama bütün uçaklar tabi Gazipaşa'ya gelmiyor. Dolayısıyla Gazipaşa'da bulunan havaalanına büyütülmesi geliştirilmesi lazım. Bir bakıma Alanya'nın dünyaya açılan penceremiz olduğunu söyleyebilirim. Bu nedenle daha çok turist çekebilmek için öncelikle ulaşım konusundaki tüm sorunları çözmemiz gerekir. Burada hemen küçük bir bilgi vereyim size Alanya'da yabancılar için bir yabancılar meclisi oluşturduk. Bak biz o kadar önem veriyoruz ki yabancılar bile meclis kurdurduk. Dikkat edilmesi gerek konulara tekrar dönecek olursak; turistlerin son zamanda gerek savaşlardan dolayı (Rusya-Ukrayna) gerek Ortadoğu'daki olaylardan dolayı çok farklı milletlerden çok fazla insanın şehrimize geldiğini söyleyebilirim. Şehre gelen insanlara mülk satışıyla ilgili de benim tedirginliklerim var doğrusu. Çünkü biz burada yaşayamayacağız bu gidişle. Hani Şeyh Edebalı diyor ki, halkını yaşat ki devlet yaşasın. Eğer biz halkımızı yaşatamazsak halkımız mutlu olursa bana başka yerden, yani buraya gelip burayı terk etmemiz. Asıl konumuza geri dönecek olursak yabancılar burada daireyi veya villayı aldıktan sonra kendi ülkesindeki insanlara kiraya veriyor. Oradan da bizim üzerimizden para kazanıyor. Yani şehre dışarıdan gelenlerin bir bakıma burada emlakçılık yaptığını söyleyebilirim. Tabi sonuç olarak da bizim vatandaşımız bu konuda mağdur oluyor. Ki bu durumunda turizm konusundaki en büyük darbelerden birisi olduğunu düşünüyorum. Başka bir konuya daha değinmek istiyorum tanıtım. Tanıtım derken bu bilişim sektörünü de artık kullanmamız gerekiyor. Yani o eski klasikleşmiş takvim dağıtmak, broşür dağıtma tanıtımlar değil. Dünya globalleşme ile küçük bir köye dönüştü diyebilirim. Artık elinde telefonla her yere gidebiliyorsun, her yeri görebiliyorsun. Ben seni neden tercih edeceğim? Seni tercih edebilmem için hangi gerekçeleri sunuyorsun bana. Bunları turistlere daha albenili sunabilmemiz lazım bunu da akıllı uygulamalar sayesinde başarılı bir şekilde gerçekleştirebiliriz. Son olarak bir de mimari anlamda gelişmeler olması gerektiğini düşünüyorum. Şehrimiz denizi kadar tarihi ile de ünlü bir şehir. Çok fazla tarihi alanımız var. Bu tarihi alanların aslına uygun bir şekilde restore edilip turizme sunulması gerekir ki bu alanda da yeni yeni çalışmalara başlanıldı diyebilirim.

[K<sub>2</sub>] Biraz önce söyledim zaten, yani bir arada hareket etme ve ortak menfaatleri doğrultusunda hareket etme. Şimdi genel olarak da şöyle anlatayım,

turizm bu şehir için ve Türkiye için son derece önemli. Neden önemli? Çoğu ülkenin farklı kaynakları var. Rusya'nın doğalgazı var Almanya'nın sanayisi, teknolojisi var. Ama Türkiye'nin turizmi var. Biz bu işi gerçekten iyi yapıyoruz. Yani biraz önce söylemiş olduğum misafirperverlik ile birlikte en kötü işletmelerimize dahi birebir ilişkiler kurulabiliyor. Yanlış şeyler de oluyor ama sonuçta insanların buraya geldiğinde özellikle sanayileşmiş ve o etkileşimi kaybetmiş olan ülke vatandaşları bizle, bizim çalışanlarımızla olan bu irtibatı önemsiyorlar. Yani çok farklı bir duygu. Bunu tabii biz içinde olduğumuz için çok fark etmiyoruz ya da çok önemsemiyoruz ama bu böyle değil. Yani onlar açısından da öyle değil. Bir diğer taraftan bizim kaynak pazarlarımız ağırlıklı olarak nedir? Orta Avrupa'dır, işte doğu Avrupa'dır, İngiltere diğer taraftan Rusya ve Türk ülkeleri, bir yandan da Orta Doğu şimdi tüm bu kaynak pazarların farklı beklentileri ve farklı tercihleri var. Dolayısıyla bunlara göre de biz tesislerimizi, hizmetlerimizi konumlandırmak durumundayız. Bir diğer taraftan en başta söylediğim deniz, kum, güneş ürününden. Tabii ki o ana yönümüz ama farklı ürünler de yaratmak durumundayız. Bunlardan bir tanesi benim de bu süreçte çok yoğun olarak uğraştığım spor turizmi. Örneğin bir kompleks yani spor kompleksi Alanya'ya yatırım olarak yapılmalı ki, farklı noktalarda da biz misafir alabilelim. Örneğin bisiklet turizmi son derece önemli. Neden önemli? Uzun süreli kalışları var. Bizim ölü sezon dediğimiz kış döneminde antrenmanları vesaireleri için işte 60 günlük 90 günlük konaklamalar için. Ama biraz önce söylemiş olduğum bu memlekette yaşayan bu şehirde yaşayan herkesin turizm bilincinde olması gerekli dediğim konuya bağlayacağım bunu. Örneğin bu insanlar antrenman yaparlarken ya da Alanya'nın tünellerinden geçerken, oradan geçecek olan araçların da orada bulunan insanların da spor aktivitesi için gelen bu insanlara saygı göstermesi lazım. Bu çok küçük bir örnek ama bunun gibi bir sürü şey var. Spor turizminin yanı sıra sağlık turizmi konusunda da yatırımlar yapılmalı. Ben bu sene bir fuarda sağlık alanında için stant açtım. Aslında biz turizm alanında yaparız bu işi. Alanya'da biliyorsunuz sağlık turizmi anlamında devlet hastanesini yanı sıra özel hastanelerimiz ve bir sürü kliniğimiz bulunmakta ve sağlık turizminden kişi başına elde ettiğimiz gelir, deniz, kum, güneş turizminden elde ettiğimiz gelirin çok daha üzerinde. Dolayısıyla bu da turizm alanında bir kazanç olacağını düşünüyorum. Alanya'daki vatandaşlarımız genellikle Alanya'nın yerlisidir. Dolayısıyla bizim şehir yaşamı dediğimiz aslında buraya gelen misafirin de çoğu zaman tercih ettiği tatille birlikte buranın insanıyla etkileşimini çok rahat sağlayabileceği, yani otelin kapısından dışarı çıktığı anda normal yaşama adapte olabileceği bir şehir. Bunun yanında bizim gelen turistlerimiz için ürünü geliştirmemiz lazım. O üründe insanların rahatsız

olmadan mutlu bir şekilde dolaşabilmesi, alışveriş yapabilmesi, kazıklanma duygusunu asla olmadığı bir ortam yaratmamız lazım. İşte bunun için diyorum ki, bütün paydaşlar bu işin içerisinde olmalı, bütün paydaşlar bu işin üzerinde durmalı ve insanların bu konuda bilinci geliştirilmeli. Ben bir yere gittiğim zaman örneğin bir halıyı ya da işte ne bileyim bir hediyelik bileziği X liraya, diğer yere gittiğim zaman aynıını XX liraya yani iki katına almamalıyız. Vatandaş da bunun farkında olmalı ki buraya gelen misafir de böyle olmalı. Unutmamalıyız ki gelen misafirlerimiz de bu ve benzeri konuları birbirleriyle konuşuyorlar. Sonuçta ne oluyor zaman içerisinde yaşadık biliyorsunuz gelen turist sayısında ve turist harcamalarında ciddi oranlarda azalma oluyor ve buna bağlı olarak da bazı iş kollarında daralmalar yaşanabiliyor halıcılık, dericilik gibi. Başka bir açıdan yaklaşırsak bugün Alanya'mızda safari turları olsun Sapadere Kanyonu olsun günübirlik turlar düzenlenmekte. Bu turlarda da verilen hizmetlerin yapılan işlerin doğru olması, o hizmeti veren insanların eğitilmesi, buraya gelen insanın orada da para harcayabilmesi ve farklı deneyimler elde edebilmesi adına oraların da düzgün bir şekilde denetlenmesi gerekir. Sadece safari turu ya da Sapadere değil tüm alanların denetlenmesi ve bunun koordine edilmesi noktasında çalışmalarının doğru bir yaklaşımla yapılması gerekir. Bir diğer taraftan tabii kültür turizmi var. Alanya enteresan bir şekilde işte kalesi kulesi tersanesi Selçuklu, onun öncesinde de bu Syedra ile birlikte neredeyse 3.500 yıllık geçmişe sahip çok zengin bir şehir devleti, sahili ya da liman kenti. Syedra Antik Kenti'nde bulunan bulgular hakikaten orasının özel bir yer olduğunu gösteriyor. Buraya kesinlikle yatırım yapılması lazım. Bizim bu ve bunun gibi ürünlerimizi geliştirerek buraya gelen insanların deneyimli derinliğini, deneyim imkanlarını arttırarak hem gelen kişi sayısını hem daha uzun süreli buraya gelmesini hem de turizmden kişi başına elde ettiğimiz geliri arttırmalıyız. Yani 5-6 ay değil de 8-9 ay turizm yapabile anlamında çalışmalar yapmalıyız. Yani sonuçta baktığımızda Alanya'da sorunlarımız var mı? Var ama bir diğer taraftan da hakikaten ciddi bir talep de var. Temel sorun bu talebin çok dar alanda dar sürede olması bir diğer taraftan da kaynak pazar çeşitliliği anlamında yaşanmakta. Alanya birçok destinasyona göre daha avantajlı olsa da bunu daha yukarı çıkarmamız gerekli. Şehrimizin Türkiye adına önemli 3 noktasının olduğunu söyleyebilirim. Bunlardan birincisi turizmin Türkiye'nin cari açığını kapatan çok önemli bir faktör olması. Bir diğer açıdan baktığımızda istihdama çok ciddi bir katkısının olması. Bunun temel sebebi emek yoğun bir sektör yani insansız yapabileceğiniz sektör değil. Her ne kadar şu anda robotlar, akıllı uygulamalar yapılırsa da bu sektör insansız olmaz. Bir diğer taraftan da bu belki diğer yönlere göre daha önemlidir sektör olarak Türkiye'nin 81 vilayetinden

altmışın üzerinde sektörden biz mal alınmasını gösterebiliriz. Yani %85 i yerli ikame ile yerinde ihracat yapıyoruz, döviz girdisi sağlıyoruz diyebiliriz. Bu döviz girdisini sağlarken Afyon'dan et, Kayseri'den pastırma, Denizli'den tekstil, Malatya'dan kayısı, Diyarbakır'dan karpuz alıyoruz. Yani sonuç olarak neyse yani Türkiye'nin her yerinden malzeme alıyoruz. O sektörlerin de hayat suyunu vermek, tabanını oluşturmak anlamında ve onların da istihdamını arttırmak adına turizm sektörü olarak ciddi bir etkimiz var. Burada son olarak bir konuya daha değinmek istiyorum. Bildiğiniz gibi turizm emek yoğun bir sektördür ve bu arada biz insana yatırım yapmak zorundayız. Biz bugüne kadar kış döneminde kapalı olduğumuz için personelimizin %70'ini Kış döneminde hep işsiz bıraktık, askıya aldık. Tekrar sezon başlayınca insanlarımızı çağırdık daha önceki dönemlerde tabi turizmden elde edilen gelirler çok daha yüksek düzeyde olduğu için yaz döneminde turizmde çalışan bir kişi kış dönemini de geçindirebilecek düzeyde gelir elde edebiliyordu. Geçmiş dönemlerde bu durum çok büyük bir sorun yaratmıyordu. Ama bugün büyük bir sorun, bu insanlar 12 aylık iş istiyorlar ki bu durum çok doğal. Dolayısıyla sektörümüzdeki hem nitelikli personeli kaybetmeme adına yeni eğitilmiş ve nitelikli personel oluşturabilme adına ve bu insanlarımızın geçim kaygısını, yaşam kaygısını gerekli şartları sağlayarak ortadan kaldırmalıyız. Biraz önce değindiğim gibi emek yoğun sektör bu insanların çocukları, çocuğunun okulu, ihtiyaçları ve evin giderleri oluyor. Dolayısıyla artık mevcut koşullarla da doğru orantılı söylüyorum artık geçinemiyorlar ve bu sebeple de 12 ay boyunca çalışabilecekleri işlere yöneliyorlar. Bir diğer tarafta geçici olarak ya da dönemsel kişi olarak tabir ettiğimiz personelin de hem eğitilmesi anlamında hem de yaz döneminde para kazanması anlamında okullarla irtibatımızı çok daha ciddi hale getirmek zorundayız. Bunda da ilgili yasalar çıkarıldı. Zaten o konuda da çaba göstermek zorundayız. İşin özü şu anda en büyük sorunlarımızdan bir tanesi nitelikli yetişmiş personel. Bir ikincisi alt kademedeki çalışacak personel. Alt kademedeki çalışacak personel bulmakta çok zorlanıyoruz. Kaldı ki bu Türkiye'de sadece turizm sektörüne değil, tarım sektöründe de sanayi sektöründe de karşılaştığımız bir durum. Turizm açısından bakıldığında bizim satış fiyatlarımızı, pazarlama metotlarımızı da göz önünde bulundurarak rakamlar vermeli ve çalışanlarımızın kış döneminde de geçimlerini sağlayabilecekleri düzeyde şartları yaratmak zorundayız. Ayrıca bugün yeni gelen jenerasyonla birlikte beklentilerde birtakım değişiklikler olduğunu da unutmamalıyız. Yeni jenerasyon bizim gibi değil, sosyal koşulları da önemsiyorlar. Yani yediği yemeği, yemek yediği yemekhaneyi, yattığı lojmanı, vermiş olduğunuz izin günleri, saatleri vs. çok önemsiyorlar. Bizim zamanımızda böyle değildi. Biz çalışırdık ama şimdi gençler duruma böyle

*bakmıyorlar. Dolayısıyla bizim bunlara da adapte olarak gelişen nesile bir şekilde uyum sağlamak ve buna göre hareket etmek zorundayız. Son olarak turizm sektörünün gelişmesinin şehrin ve ülkenin ekonomisini hakikaten ciddi anlamda olumlu yönde etkilediğini söyleyebilirim. Dolayısıyla turizm olmazsa olmazımız ve biz bu işi iyi yapıyoruz, bu işten geçim sağlıyoruz. Bundan sonra da daha planlı, daha programlı ve daha iyiye götürme noktasında turizmin geliştirilmesini bir arada gerçekleştirebiliriz diye ümit ediyorum.*

*[K<sub>3</sub>] Dünyada turizm her ne kadar güncel gelişmelere bağlı ise de savaş gibi, salgın hastalık gibi, doğal afetler gibi yine de yakın, orta ve uzun vadedeki turizm politikaları belirlenerek, belli bir hedef üzerinde yoğunlaşılması gerekir. Kısa ve uzun vadedeki hedeflere ulaşma yolculuğunda ortaya çıkabilecek olumsuzluklar ve gelişmeler karşısında da anlık müdahaleler ile dünya turizmindeki yerimizi sağlamlaştırabiliriz. Alanya'mız yönetim kadrosu ile bütün bunları çözebilecek ve gerçekleştirecek güce sahiptir.*

*[K<sub>4</sub>] Turizm politikalarının planlı ve programlı uzun vadede turizmi geliştirecek ve diğer ülkelere örnek olacak şekilde planlar yapılarak uygulanması gerekir. Ayrıca sektör çalışanlarının gerekli eğitimlere tabi tutularak kendilerini geliştirmeleri de sağlanabilir.*

*[K<sub>5</sub>] Uygulanan turizm politikalarının kısa vadeli değil de uzun vadede planlar yapılarak oluşturulması ve uygulanması gerektiğini düşünmekteyim.*

*[K<sub>6</sub>] Özellikle var olan turizm komisyon veya derneklerinin tek çatı altında birleştirilmesi daha yaratıcı ve etkili politikalar belirlenmesinde yardımcı olacaktır. Bu üst yapı bağımsız hareket etme kabiliyetine sahip olmalı planlamalar 10-20 yıllık şeklinde yapılmalıdır. Özellikle merkezi hükümetin ağırlanan misafir sayısına göre özellikle emniyet, trafik ve turizm kuruluşlarındaki personel sayısını belirlemelidir. Ürün çeşitliliği ve turizmin 12 aya yayılmasında kamunun daha fazla teşvik edici ve cesaretlendirici destekleri olmalıdır. Alanya'ya marka otellerin kazandırılmasında kar odaklı düşünmenin yerine tanıtımdaki katkıları göz önüne alınarak çalışma yapılmalıdır. Alanya'nın öz sermayesi bunu kaldıracak güçtedir. Kaldı ki orta ve uzun vadede ticari olarak da karşılığının alınması kesindir. Yolların, binaların, sokakların kısacası şehrin planlaması yapılırken ana gelir kalemimiz olan Turizmin ihtiyaçları doğrultusunda hareket edilmelidir. Tanıtımda yapılan çalışmalara tüm paydaşların etkin bir şekilde katılması sağlanmalıdır. Ekonomik olarak katkılar konaklama sektörünün üzerinden alınmalı turizm hareketlerinden ekonomik fayda sağlayan tüm paydaşlara dağıtılmalıdır.*

*[K<sub>7</sub>] Burada en temel konu Alanya'da sürdürülebilirliğin sağlanması. Yani bunun doğanın, çevrenin, kalenin bunun yanında ormanların bir an önce*



sürdürülebilirliğinin sağlanması ve korunma altına alınması gerekiyor. Biz boş bulduğumuz her araziye hemen site yapıyoruz. Alanya artık bu durumu kaldırmıyor. Alanya Kalesi'ni aşırı turizmden nasıl etkilenmeden turizme kazandırmalıyız dünyanın en güzel plajlarından Kleopatra Plajını nasıl koruyup turizmde devamlılığını sürdürülebilirliğini sağlamalıyız. Aynı şekilde Dimçayı'nı ormanlarımızı nasıl korumalıyız bu konuya odaklanmamız gerekiyor. Hatta tarımı yok etmeden turizmin nasıl sürdürülebilir olmasını sağlamalıyız. Bu konularda politikaların üretmesi gerekiyor. Bence şu anda Alanya'daki en büyük en ciddi sorun inşaat sektörü ve aşırı göç alınması. Yurtdışından ve yurt içinden çok fazla göç alıyoruz. Bu göç planlamasının bir an önce sağlanması gerekiyor. Artık destinasyon yönetiminde biz de koruma politikalarına girmeliyiz.

[K<sub>8</sub>] Yerel aktörler tarafından kalitenin artırılması ve kitlesel turizmden biraz çıkmamız lazım. Politika konusundaki en büyük sorunlarımızdan birisi bence bu konu. Bir de artık dijital dönüşüme geçmemiz gerekiyor artık. Teknoloji her alanda çok gelişti bizim de bu konuda kendimizi geliştirmemiz gerekiyor. Bununla birlikte şehrimizin tanıtım politikasının baştan aşağı elden geçirilmesi lazım. Şu an güzel bir şekilde güzel işliyor. Ama bir sorun ya da kriz çıkmadığı sürece, savaş olmadığı sürece tabi. Bu konuda eklemek istediğim son bir nokta var. O da şehrimize gelen turist tipinin biraz değiştirilmesi gerektiği. Bu hepimizin elinde. Biz verdiğimiz hizmetin kalitesini ne kadar arttırsak otellerimizi, şehrimizi ne kadar geliştirirsek kaliteli turisti o kadar çekebiliriz. Burada kaliteli turistten kastım turist tipolojisi ya da gelen turistin ekonomik gelir düzeyininin daha yüksek olması diyebilirim.

[K<sub>9</sub>] Alanya, Türkiye'nin turistik açıdan en popüler şehirlerinden biridir ve turizm sektörü şehrin ekonomisinde önemli bir role sahiptir. Alanya'nın turizm potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için etkili bir turizm politikası geliştirilmesi gerekmektedir. Bu amaçla şu konulara dikkat edilmelidir: Turist ihtiyaçlarının karşılanması: Turistlerin beklentilerinin karşılanması, memnuniyet oranının artırılması ve sadakatlerinin kazanılması turizm sektörü için hayati öneme sahiptir. Bu nedenle, Alanya'da turizm politikaları geliştirilirken, turistlerin konaklama, yeme-içme, gezi ve eğlence gibi ihtiyaçlarını karşılayacak tesislerin ve hizmetlerin sağlanmasına öncelik verilmelidir. Turizm sektörünün sürdürülebilirliği: Alanya'nın turistik potansiyelinin sürdürülebilir olması, doğal kaynakların korunması ve çevrenin korunması için önemlidir. Bu nedenle, turizm politikaları doğal kaynakların korunması, çevre dostu uygulamaların teşvik edilmesi ve atıkların yönetimi konusunda sıkı kurallar içermelidir. Turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi: Alanya, tarihi ve kültürel zenginlikleri, doğal güzellikleri ve turistik aktiviteleri ile tanınmaktadır. Ancak, turizm ürünlerinin

*çeşitlendirilmesi, yeni turistik aktivitelerin tanıtımı, spor turizmi gibi alanlarda yatırımların yapılması Alanya'nın turizm potansiyelini artıracaktır. Turizm sektörünün geliştirilmesi: Alanya'da turizm sektörünün geliştirilmesi için yatırımların yapılması, turizm sektörüne yönelik eğitimlerin düzenlenmesi, turizm sektöründe çalışanların niteliklerinin artırılması ve turizm pazarlamasına özel önem verilmesi gerekmektedir. Turizm sektöründe iş birliği: Alanya'da turizm sektöründe yer alan paydaşlar arasında iş birliği yapılması, turizm ürünlerinin geliştirilmesi, tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi ve turizm sektörüne yönelik politikaların geliştirilmesi önemlidir.*

*[K<sub>10</sub>] Turizm sektöründe çalışacak kalifiye personel temini ve çalışanın işletmede uzun soluklu olması için işverene teşvik, hizmet sektörü denetimleri, yıllık faaliyet planında 4 mevsim turizm politikasını geliştirecek etkinlikler, doğal ve tarihi güzelliklerimize sahip çıkacak şekilde politikalar üretebiliriz.*

*[K<sub>11</sub>] Bence ilk yapılması gereken sektördeki kalifiye eleman sayısının arttırılması olmalı. Bununla ilgili olarak turizm meslek liseleri sayısını arttırabiliriz. Otellere kış sezonunda daha çok personeli istihdam etmeleri için teşvik verilebilir. Böylece sektördeki personelin kış aylarında işsiz kalma sorunu çözülebilir. Son olarak da şehirde sağlık turizmini de geliştirebiliriz. Bunun için şu an yeterli alt yapıya sahip olmadığımızı biliyorum ama bu konuda çalışmaların yapılıp sadece deniz güneş ve kum ile tanınmamızın önüne geçilebileceğini düşünüyorum.*

*[K<sub>12</sub>] Turizm bölgeleri ile şehrin birbirine karıştırılmadan planlanması ve alt yapıların hızlı bir şekilde tamamlanması gerekmektedir.*

*[K<sub>13</sub>] Yapılaşma, mimari yapı çeşitleri, güvenlik, kalifiyeli eleman, kültürel dokunun korunması, restorasyon projelerinin merkezden kırsala kaydırılması, trafik sorununun azaltılması, yayalaşmanın arttırılması, bisiklet kullanımının artması, otellerin yemek kalitesinin arttırılması, ücret – hizmet endeksinin dengelenmesi gibi konularda çalışmaların yapılması gerektiğine inanıyorum.*

*[K<sub>14</sub>] Çözüm önerilerinde ilk konumuz bu dijital dünyada yer almak olmalı. Her şey dahili revize etmek, personele yatırım yapmak, eğitime, liyakata ve kalifiye personel konusunda çalışmalar yapılmasını da ekleyebiliriz. Turizmin çok hassas bir sektör olduğunu unutmamalıyız. Geçtiğimiz yıllarda bu durumu tekrar tecrübe ettik. Rusya krizi, birtakım ekonomik dengesizlikler, pandemi ya da en son yaşanan deprem felaketi. Yani turizmin bir değil pek çok etkenden etkilendiğini hepimiz açık bir şekilde biliyoruz. Çok hassas sektör. Ama bizim de bunlar gibi kriz yönetimlerine karşı dayanıklılığımız yok. Yani en başta personelden vazgeçiyoruz. Bu durumda da sektör çok ciddi oranlarda kalifiye*

personelini kaybediyor. Bir diğerk konu staj konularında üniversitelerle iş birliğinde başarısız. Bunun için çözümlerin üretilmesi gerekiyor. Bir diğerk konu şehrimizin alt yapı çalışmaları yeterli değıl. Uzun soluklu çözümler ve politikalar için bu konulara dikkat edilmesi gerekiyor. Ama en temel konular olarak dijital dünyada en kısa sürede yer almamız ve akademik çevreyle iş birliği içerisinde olmamız gerektiğini söyleyebilirim. Bir de artık bölgede bana göre otel arzının sınırlandırılması lazım. Çevrenin korunması ama bu çevrenin gerçekten bir bilinçle yapılması gerekir. Yani bugün kayaları kumsalı bozarak denizin dibine otel yapmak çözüm değıl. Mavi bayrakların alınması çözüm değıl. Bu konuda hem turizm sektöründe yer alan bireyler hem kuruluşlar hem yerel yönetim organlarıncı hem de tüm Alanya halkı olarak bilinçlenmemiz ve zihniyetimizi değıştirmemiz gerekiyor.

[K<sub>15</sub>] Politika oluşturmak bilimsel bir faaliyettir. Bilimsel faaliyeti de bilimin kurallarına göre yapmak lazımdır. Önce verilerin toplanması gerekir. Avantajlarımız, dezavantajlarımız, fırsatlarımız tehditlerimiz neler bunların hepsinin değılendirilmesi gerekir. Kayda alınması, çözüm önerileri de bir arama konferansı şeklinde sektörel anlamda, ulaşım ayağını, mesela; şoförler odası ile turizm acenteleri birlikte konaklama bölümünü, otelcilerle, apartçılarla, pansiyoncularla birlikte çarşıdaki alışverişi, turizm esnafı, esnaf ve ticaret odaları ile tanıtım ayağını, bugüne kadar tanıtım faaliyetlerine katılmış arkadaşlarımız, reklam ajanslarımız, üniversitelerimiz aracılığı ile yapıldıktan sonra oturulup uzmanlarla daha uzun yıllardır turizm konusunda faaliyet göstermiş tecrübeli bilim insanlarımızın katkıları alınarak yeni bir turizm politikası oluşturulmalıdır. Eskiden güncellenmesi gerekenler güncellenmelidir. Bu da yetmez bunun dışında yerel yönetiminde kendi üstüne düşenleri de not almaları gerekir. Bütün bu sektörlerden kendisine yansıyan sorunları ev ödevi olarak alması gerekir. Ulaşım alt yapısı konusunda ana artelerde bir sorun varsa büyükşehir bunu üstlenmeli, eğer altyapıda bir eksiklik varsa mesela su temininde bir sorun olacaksa, nüfusun artması tesislerin artması ile ilgili bunu yine büyükşehir belediyesinin ele alması gerekir. Arıtmalarla ilgili bir sorun varsa çevre ve şehircilik bakanlığı ve belediyelerin bu konuyu ele alması gerekir ve daha birçok konu... İşte bütün bunlar bu arama konferansında yapılacak olan çalışmalar sonucunda ortaya çıkacak listelerde, belediyelerinde ayrıca kendilerine ev ödevi yazmaları gerekiyor. Bütün bunlar bittikten sonra bir turizm politikası metni ortaya çıkar. Bütün kurumlarda o metinlerden kendilerine yönelik stratejik planlar çıkaracaktır. Beşer yıllık ve şehrin bütün kurumları stratejik planlamalarını beraberce gözden geçirerek yol almaya başlar.

[K<sub>16</sub>] Alanya çok güzel bir şehir ama ne yazık ki çok çarpık yapılaşma oldu. Her yer beton yığını gibi şu anda. Bizim deniz güneş ya da sahil dışında sahip olduğumuz daha da çok doğal güzelliklerimiz var. Yani belediyemiz bu konuda çalışmalar yapıyor. Şu an ilerlemeler de kaydedildi. Şu an uygulanmaya çalışılan imar planları da güzel yani. Bir de buradaki temel sorun çok göç alıyoruz. Haddinden fazla göç alıyoruz da diyebiliriz. Menfaatlerimiz dolayısıyla tabi. Ruslar olsun Ukraynalılar olsun bayağı göç alıyoruz ve bu durumda trafikte ve konut ihtiyaçlarında büyük sorunlara sebep oluyor. Küçük bir şehiriz dedik az önce trafik artık bu yoğunluğu kaldırmıyor büyük şehirlerde yaşanan trafik sorunlarına benzer sorunlar yaşıyoruz şehir içi ulaşımda mesafeler aynı ama varış süreleri neredeyse iki katı kadar arttı. Bir başka konu da turizmde alanında sahip olduğumuz pek çok tarihi güzel yerlerimiz var. Yani bir turizmci olarak turizm komisyonu başkanıyken benim bile bilmediğim yerler var. Bir sürü antik kentimiz ve ören yerlerimiz, piknik, mesire alanlarımız var. Ama çoğu ne yazık ki ya bilinmiyor ya da ön plana çıkarılmıyor. Bir de şu konu çok önemli. Bizim burada reklam ve tanıtımda büyük sorunumuz var. Eksik yani. Yani bu eksiklik sadece belediye kaynaklı ya da belediye tarafından yapılan tanıtımlarda eksiklik var değil, her yerde şehirdeki tüm turizm sektöründe tanıtım eksikliği var diyebilirim. Alanya'da ALTAV var mesela tanıtım için. Sadece turizm alanında tanıtım yapmayı amaçlıyorlar. Burada bütçede önemli bir konu tabi. Ama şehirde neredeyse 700'e yakın otel vardır. Gerekirse bu otellerden bir şekilde bütçeler çıkartılabilir. Mesela bir şeyin içine dahil ederek bile bunun bütçesi çıkabilir. Yani şimdi herkes bağış veya işte yönetime girdiğin zaman bir para bekliyorlar. Onun yerine mesela her otelden bir müşteriden binde bir gibi oranda vergi alınıp ya da farklı yolla bir miktar kardan ayrılarak tanıtıma ayrılabilir. Yurt dışında bu tarz vergi uygulamaları mevcut. Bu oran da %1 her müşteriden alınan bir vergi. Ama bu alınan vergi bir şekilde yerele aktarılıp sadece reklam ve tanıtımda kullanılması gerekir. Bu reklam içinde dijitalleşme, dijital ortamlar da var tabi ki. O çok maliyet olmadan çok etkili tanıtımların yapılmasında çok yardımcı olabilir bize bir de zaten bu çağ teknoloji çağı neden nimetlerinden yararlanmıyoruz ki. Bir de şimdi aklıma geldi çalışmanın içeriği 2010 yılı sonrasını kapsıyor. 2010 yılından sonra pek çok sıkıntılı dönem yaşadık. Rus krizi oldu, uçak düşürüldü. Orada turizm olarak bir darbe yedik. Ama o dönemde hemen alternatif turizm kaynaklarına yönelmemiz gerekiyordu. Biraz geç kaldık orada, o dönemde şehirde Ruslara hizmet veren çoğu otel açılmadı. Yani otelin tüm çalışanları zarar gördü çok kötü bir yaz sezonuydu. Daha sonra Alanya'da karışıklıklar oldu. Duymuşsunuzdur, belki bu iş yerleri yakıldı, yıkıldı, turizme bir de o balta vurdu. Sonra darbe girişimi oldu, ardından korona derken işte

oteller iki sene kapalı kaldı. Bizim 4 otelde toplam 700 kişi çalışıyor, düşünsenize bu insanlar neredeyse iki yıl boyunca işsiz kaldı. Tabii ki bazı durumları önleyemedik ama verdiğimiz örnekteki gibi Ruslar gelmeyince turizmde sadece Ruslara bağlı kalmaktansa hemen alternatiflere yönelmemiz gerekiyordu. Yaş turizmini, kültür turizmini geliştirebilirdik. Kapadokya ile bir koridor oluşturup oraya gelen Çinlileri bölgemize çekebilirdik ya da artık havaalanımız ve büyük otellerimiz var bu noktada kongre turizmini geliştirebilirdik. Böylece hem gelen turistten maddi anlamda daha çok gelir sağlardık hem de şehrin tekrar tercih edilebilirliğini arttırırdık. Spor turizmini de geliştirebilirdik. Şu anda mevcutta futbol için ve diğer spor dalları için uygun otellerimiz var ama bunları bir şekilde sektörde pazarlamamız gerekir. Bir de burada şehir olarak da gelişmemiz gerekiyor. Mesela önerilerimizden birisi de turizmin gelişmesi için gizli denetçilik sisteminin oluşturulması, esnaflarımızın denetlenmesi. Esnaflarımızın hepsini zan altında bırakmayayım ama içlerinde maalesef kötü olanlar da olabiliyor. Bunlar da 100 Euro'luk ürünü turiste 1.000 Euro'ya satıyor. Yani yok pırlanta yok elmas vs. gibi şeylerle bir şekilde ürünü olduğundan çok yüksek değerde satıyor. Sonra onlar silikon taşlı çıkıyor ve bu turistler arasında yayılarak şehrin imajını ve kalitesini olumsuz etkiliyor. Ya da görüyoruz çarşı içerisinde etiketlerde görüyoruz 5TL, 5€ ya da 5\$ yazılıyor. Yani sanki hepsi aynı kurdaymış gibi oluyor. Benim önerimde belediyede veya farklı bir kurumdan görevlendiren bir kişi/denetçi normal turist gibi gezecek ve esnaflar arasında düzenli aralıklarla puanlama yapacak. İşleyişe uygun olmayan esnaflara birincide uyarı, ikincide daha sert uyarı, üçüncü de iş yeri kapamaya kadar lisans iptali veya işte yaptığı işe göre onlara para cezası verilmeli. Ama uygun davranana da ödül veya teşvik verilmedi. Dükkanının çöp vergisinden düşülmesi ya da su parasından düşülmesi gibi. Sonra burada şey çok oluyor. Bu ehliyetsiz kişiler bu yamaç paraşütü yaptırıyor. Daha sonra safari diye günlük tur düzenliyorlar. Ama her sene bu konuda çok sorun yaşıyoruz. Mesela bu safari turlarında araçlar takla atıyor. Bir bakıyorsun turlar hiçbir yere kayıtlı üye değil. Alanya'da bu konuda neredeyse her sene 20-25 kişi ölüyor. Nisan da başlıyor Eylül ayına kadar bu alanda çok sorun yaşıyoruz. Yani işte adamın ehliyeti yok veya o işi daha önce yapmamış, sırf iş olsun diye para kazansın diye yamaç paraşütü yaptırılıyor. Yamaç paraşütünü bilmeyen bu alanda uzman olmayan eğitim almayan adam uçurtuyor, daha sonra gidip dallara ağaçlara çakılıyor ya da asılı kalıyor. Daha önceki günlerde sorun yaşadık sahilde güneşlenen bir turistin üzerine düştüler. Turist uyuyakalmış fark etmemiş ve burnu kırıldı. Daha sonra sahilimizde yer alan teknelerinden çığırkanlık yapıyorlar hem de tekneler dış görünüşleri itibariyle görüntü kirliliği oluşturuyorlar hiç güzel değil bence.

Görüntüleri ne Alanya'ya ne ülkemize özgü bir şey değil. Yani tamamen taklit edilmiş görüntüler içeriyor. Son olarak da sektörde kalifiye eleman sorunu yaşandığını düşünüyorum. Nitelikli personel sezonluk oteller yerine artık 12 ay devam edebileceği iş arıyor. Ve bir de şey önermiştik mesela biz: Turizm liseleri var ya, onlar adına doğuda, batıda nerede olursa olsun. Bir yıl boyunca öğrencilerimize bu alanda farklı eğitimlerin verilip oradaki çocukları buraya yerleştirmek yani istihdam edilmesiyle ilgili bir öneri sunduk. Gerekirse ticaret odalarının birbirleriyle anlaşmalarıyla da yapabilirdik. Çok güzel önerilerdi ve taslakları da eksiksiz hazırlanmıştı. Ama şu ana kadar hayata geçiren olmadı. Tabi bu duruma üniversiteleri de dahil edebilirdik. Üniversitedeki rektörlerle, dekanlarla, ilgili bölümlerle de iş birliği yapılarak bir sistem kurabilirdik.

[K<sub>17</sub>] Öncelikle şehrin turizm, tarım, inşaat ve emlak sektörleri dikkate alınarak doğru biçimde kimliklendirilmesi gerekir. Şehrin tüm dinamiklerinin ortak görüşü olarak bu kimliğin belirlenmesi ilk aşama olacaktır. Sonra şehrin mimari yapısı, doğal ve kültürel varlıkları, sosyo-ekonomik yapısı dikkate alınmalı. Daha sonra tüm bunlara uygun gerçekçi ve hayata geçebilecek politikalar geliştirilmeli.

[K<sub>18</sub>] Bu konuda yerelde de yapılacak durumlar var ama sadece Alanya özelinde ele alınabilecek bir durum değil. Ülke genelindeki alınabilecek politikaların Alanya'ya entegre edilmesi lazım. Yani ne sadece yerelle ne de sadece devlet uygulamaları ile bu sorunları çözebiliriz. Bu anlamda bakanlığa da fazlaca rol düşmekte. Bakanlık olarak ele alacak olursak; bakanlık aslında kent bazlı, şehir bazlı destinasyona ağırlık veriyor stratejiler de bu yönlerde ilerliyor. Alanya'da zaten önemli bir destinasyon ve yurt dışında da oldukça tanınırlığı yüksek zaten sadece ismi bile bir marka olan bir kent. Bu anlamda şehirdeki tüm paydaşlar bakanlıkla olan iş birliklerini daha da genişleterek Alanya'nın öne çıkması istenen öğeler varsa bunları ya da farklı konularda olabilir belirgin bir şekilde bakanlığa görüş bildirmeliler. Yani bakanlıkla olan ilişkiler güçlendirilmeli. Yerel bazda ele alacak olursak; Alanya'nın şu an halihazırda şehirleşme, trafik vesaire gibi turizmin getirdiği birçok sorunlarının olduğunu düşünüyorum. Bu durum raylı sistemlerle desteklenebilir. İlgili kuruluşlardan bu anlamlarda destek alarak bu şekilde turizmin de rahatlatılabileceğini düşünüyorum. Hatta turizmden pay almayan Alanya'nın iç kesimleri, yaylaları, köyleri de turizme dahil edilebilir diye düşünüyorum. Çünkü sahil ciddi anlamda şu anda dolmuş ve sadece belirli bir kitle aslında turizmden payını alabiliyor. Bence turizmin aktif olmadığı bölgelerde turizmi yaymak, aslında turizmde değilmiş gibi görünenlerin de turizme dahil olması gerekiyor. Çiftlik turizmi gibi tarım turizmi gibi mesela. Alanya'nın önemli bir diğer gelir

*kaynağı tarım. Bazı ürünlerin tarım süreçlerinin turistlere aktarılması mesela bu tarz uygulamalar yapabiliriz. Agro turizm ya da tarım turizmi olarak bilinen konuyu örnek olarak ele alabiliriz. Alanya’da bu tarzda yapılabileceğimiz onlarca turizm türü vardır. Bence alternatif turizm türlerine ki geçtiğimiz yıllarda yaşadığımız covid 19 sağlığını sonrasında da kitlesel turizmin ciddi handikaplarının olduğu tartışılmaya başlanmasıyla ve insanlar da turistler de alternatif turizm türlerine daha doğaya yönelik turizm türlerine yönelmeye başladığı için bunu örnek olarak verdim. Alanya’da bence turizm politikalarını bu yönde şekillendirmeli. Çünkü hali hazırda zaten kitlesel turizmin bir oturmuş yapısı var. Birazcık daha fazla bu pastadan pay almak istiyorsak diğer turizm türlerini de ön plana çıkarmaya çalışmalıyız.*

### **3.6. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**

Araştırmacı tarafından hazırlanan sorulara katılımcıların verdikleri ve yukarıda dökümü yapılan cevaplarda ifade edilen yargılar ve görüşler genel olarak özetlenerek sınıflandırılmış ve tablolara aktarılmıştır. Buna göre birinci soru ile ilgili cevaplar Tablo 3.2’de yer almaktadır.

**Tablo 3.2: Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikaları ile İlgili Birinci Soru**

Alanya ile ilgili sizin kurumunuz ya da diğer kurumlar tarafından üretilen yerel turizm politikaları hakkında bilginiz var mı?	
Bilgim var.	<b>K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18</b>
Bilgim yok.	<b>K11</b>

Tabloda görüldüğü üzere Alanya’da bulunan aktörlerin ve sektör temsilcilerinin kendi kurumları ya da diğer kurumlar tarafından hazırlanan politikalarla ilgili büyük oranda bilgi sahibi oldukları ifade edilmiştir. Ancak politikaların oluşturulmasında merkeze bağlı kalınması ve kişisel çıkarların ön planda tutulması gibi sorunların ortaya çıktığı da belirtilmiştir. Katılımcıların vermiş olduğu cevapların içerik analizi yapıldığında birbiri ile bağlantılı olarak en çok kullanılan kelimelerin kurum, şehir, politikaların hazırlanması, paydaşlar, kalkınma, altyapı, Alanya Belediyesi, ALTİD ve ALTAV olduğu görülmektedir. Bu kelimelerle ilgili olarak çıkartılabilecek en genel yargı da şu şekilde ifade edilebilir: Bir destinasyonda turizm politikalarının temel belirleyicisi konumunda kamu kurumları bulunmaktadır ve bu politikalar şehirdeki çeşitli paydaşları etkilemektedir. Bu bağlamda katılımcılar arasında Alanya Belediyesi’nin destinasyondaki yerel turizm politikalarının temel belirleyicisi olduğuna yönelik genel bir kabulün bulunduğu görülmektedir. Turizm sektörünün gelişimi için

altyapıyı güçlendirmek, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak ve turizmle ilgili çeşitli etkinlikler düzenlemek de önemli etkenler arasında yer almaktadır. Alanya Belediyesi, ALTİD ve ALTAV gibi kurumlar çalışmaları ile turizm politikalarının uygulanmasında ve turizm sektörünün gelişiminde önemli rol oynamaktadırlar. Sonuç olarak, bu faktörlerin tümü bir araya geldiğinde, şehrin yerel turizm politikalarının başarılı bir şekilde hazırlanması, yönetilmesi ve sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesinin amaçlandığı ifade edilebilir. Ayrıca verilen cevaplar incelendiğinde, şehirde bulunan siyasi parti temsilcilerinden bir tanesinin Alanya ile ilgili olarak kurumlar tarafından üretilen yerel turizm politikaları ile ilgili bilgisinin olmadığı da görülmektedir. Bu durum ekonomisi büyük oranda turizme dayanan Alanya şehri için bir olumsuzluk olarak değerlendirilmektedir.

Katılımcılara yöneltilen ikinci soruya ait cevaplar Tablo 3.3'te yer almaktadır.

**Tablo 3.3: Alanya'da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili İkinci Soru**

Alanya'da uygulanan yerel turizm politikalarının kurumunuz için yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	
Yetersizdir.	K1, K2, K3, K5, K6, K7, K8, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18
Yeterlidir.	K4, K9

Katılımcılar tarafından ikinci soruya verilen cevaplar incelendiğinde cevaplarda görüş birliği olmadığı buna bağlı olarak da verilen cevapların değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Katılımcıların vermiş olduğu cevapların içerik analizi yapıldığında birbiri ile bağlantılı olarak en çok kullanılan kelimelerin şehir, yeterli, değişim, kurum, kurumlar, örnek, ana konular, politika ve perspektif olduğu görülmektedir. Bu kelimelerin bir dizi farklı konuyu kapsadığı ifade edilebilir. Bu konularla ilgili olarak hazırlanan ana temalar aşağıda yer almaktadır.

**1. Kurumlar ve Politika:** Bu kelimelerin çeşitli kurumlar ile kurumların hazırladığı politikaların rolünü ve etkisini işaret ettiği düşünülebilir. Ayrıca bir şehirdeki yönetim ve politika değişikliklerinin nasıl yürütüldüğüne dair bir perspektif de sunabilir.

**2. Değişim ve Perspektif:** Bu kelimeler değişen durumlarla ilgili konuları işaret ederek konuların farklı bakış açılarında nasıl ele alındığını göstermektedir.

**3.Yeterlilik ve Ana Konular:** Bu kelimeler bir şehrin veya kurumun belirli bir hedefe ulaşmak için yeterli kaynaklara sahip olup olmadığını veya odaklanılması gereken ana konuları belirlemeyi ifade etmektedir.



**4. Örnekler:** Bu kelime, belirli bir durumu veya kavramı açıklamak için kullanılan örnekleri ifade etmektedir.

Bu kelimeler bir araya getirildiğinde, bir kurumun veya şehrin değişen durumlarla başa çıkma kapasitesi, politika ve yönetim perspektifleri, ana konular ile örnekler üzerinden nasıl değerlendirilebileceğiyle ilgili bir düşünce sürecini temsil ettiği ifade edilebilir. Ayrıca kurumlar tarafından Alanya’da karşılaşılan ana sorunların belirlenmesi, sorunlara yeterli çözümlerin bulunması ve bu süreci şekillendirilen politikaların ve perspektiflerin genişletilmesi gerektiği de ifade edilebilir. Şehirdeki kurumların, ana konular üzerinden sürekli değişen durumlara karşı yeterli yerel politikaların geliştirilmesi için çalışmalar yapması gerekmektedir. Bu bağlamda şehirdeki kamu ve özel sektör yöneticileri sosyal ve ekonomik odakların uyumunu sağlamak için yerel politikaları sürekli olarak yeniden değerlendirmeli ve geliştirilmelidir.

Katılımcılara yöneltilen üçüncü soruya ait cevaplar Tablo 3.4’te yer almaktadır.

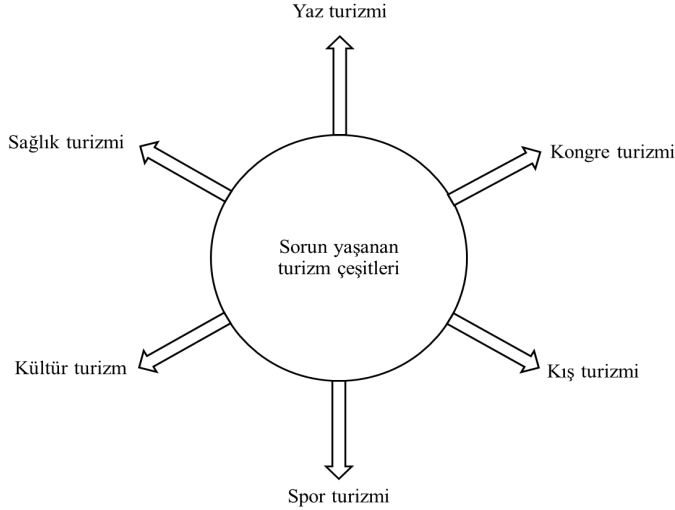
**Tablo 3.4: Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili Üçüncü Soru**

Alanya’da yerel turizm politikalarının uygulanmasında sorun/eksiklik yaşadığımı düşünüyor musunuz?	
Düşünüyorum.	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18

Tablo 3.4 incelendiği zaman Alanya’da yerel turizm politikaları konusunda eksiklik/sorun yaşandığına dair katılımcılar arasında görüş birliği bulunduğu görülmektedir. Katılımcıların vermiş olduğu cevapların içerik analizi yapıldığında birbiri ile bağlantılı olarak en çok kullanılan kelimelerin şehir, sorunlar, insanlar, turistler, aktiviteler, düzen, yönetim ve problem olduğu görülmektedir. Bu kelimelerden yola çıkılarak verilen cevaplardan turizmin, şehirlerdeki sosyal ve ekonomik yapıyı etkileyen dinamik ve karmaşık bir olgu olduğu, turizm aktivitelerinin hem yerel halkın hem de bölgeyi ziyaret eden turistlerin ihtiyaçlarına yanıt vermesi gerektiği ve hazırlanan yerel turizm politikalarının da bu koşullarda bölgede yaşayan insanların yaşam kalitesini göz önünde bulundurarak çeşitli sorunları yönetmeyi gerektirecek şekilde oluşturulması gerektiği ifade edilebilir. Bu çerçevede yerel turizm politikalarının şehirlerde karşılaşılan problemlere kapsamlı çözümler getirebilecek ve farklı insan gruplarının ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilecek şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Katılımcıların üçüncü soruya verdikleri cevaplara göre Alanya

destinasyonunda yerel turizm politikalarının uygulanmasında sorun yaşanan turizm çeşitleri ise Şekil 3.1’de yer almaktadır.

**Şekil 3.1:** Alanya Destinasyonunda Sorun Yaşanan Turizm Çeşitleri



Şekil 3.1 incelendiğinde alternatif turizm çeşitlerinde sorunlar yaşandığı görülmektedir. Katılımcılar tarafından verilen cevaplar incelendiğinde bölgede alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi için büyük potansiyellerin olduğu fakat bu alanlarda yeterli çalışmaların ve tanıtımların yapılmadığı sonucuna varılabilir. Sorun yaşanan turizm çeşitlerinin çözüm önerileri konusunda katılımcılar tarafından verilen cevaplar şu şekilde özetlenebilir.

- Alternatif turizm çeşitlerinin sayısının ve tanıtım çalışmalarının artırılması,
- Alternatif turizmin geliştirilmesinde sektörde yer alan bütün paydaşların ve kamu yöneticilerinin desteği sağlanmalı,
- Turizm sektöründe yer alan bütün paydaşlar arasında etkili bir iletişim ve iş birliği oluşturulmalı,
- Turizm konusunda sektörde bulunan aktörler, kurum yöneticileri ve yerel halk ile birlikte hareket edilerek ortak bilinç oluşturulmalı,
- Alanya destinasyonunda amacına uygun bir şekilde kentsel dönüşüm gerçekleştirilerek trafik sorunları, gürültü kirliliği ve aşırı yapılaşmanın önüne geçilmeli,
- Turizm alanlarının tanıtımları profesyonel bir şekilde hazırlanıp bu konudaki çalışmalar artırılmalı,

- Turizm sektöründeki kişilere düzenli olarak eğitim verilmeli ve sektörde istihdam edilen personelin nitelikli olması sağlanmalı,
- Turizm sektöründe dijital dönüşüm sağlanmalı, akıllı uygulamalar sektördeki her alanda kullanılmalı,
- Sürdürülebilir turizm anlayışı benimsenmeli ve doğal alanlar koruma altına alınmalı,
- Hazırlanan yerel turizm politikaları uzun vadeli ve yaşanan sorunlar için çözüm odaklı olmalı,
- Turizm konusunda bölgedeki üniversitelerde alanda ilgili akademisyenlerin görüşü alınarak etkili politikalar oluşturulmalıdır.

Katılımcılar tarafından dördüncü soruya dair verilen cevaplar Tablo 3.5'te yer almaktadır.

**Tablo 3.5: Alanya'da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili Dördüncü Soru**

Alanya'da yerel turizm politikalarının oluşumunda yer alan aktörlerin rollerini nasıl değerlendiriyorsunuz?	
Merkezi aktörlerin bazı görev ve sorumlulukları yerel aktörlere devredilmeli.	<b>K1</b>
Yerel aktörler kişisel ve kurumsal menfaatleri bir kenara bırakarak karar almalıdır.	<b>K2</b>
Yerel aktörler üzerine düşen görevi yerine getirmektedir.	<b>K3, K4, K5, K6, K8, K9, K10, K11, K13, K14, K16, K18</b>
Yerel aktörlerin üzerine düşen görevi yerine getirmelidir.	<b>K7, K12, K15</b>
Merkezi ve yerel aktörler arasında iş birliği oluşturulmalıdır.	<b>K17</b>

Katılımcılar tarafından verilen cevaplar incelendiğinde Alanya'da turizm sektörünün gelişimi ve yönetimi için yerel yönetimler, ilgili bakanlık, sivil toplum kuruluşları ve diğer ilgili paydaşların kendi kurumları çatısı altında üzerine düşen görevlerin yerine getirildiği konusunda fikir birliği olduğu görülmektedir. Katılımcılar tarafından verilen cevapların içerik analizi yapıldığında tek tek tüm kurumların turizm sektörün gelişmesi için çalışmalar yaptığı ama bu çalışmaların iş birliği kapsamında yapılmadığı sonucu çıkartılmaktadır.

Katılımcılara yöneltilen dördüncü soru için içerik analizi yapıldığında birbiri ile bağlantılı olarak en fazla tekrar edilen kelimelerin şehir, aktör, belediye, Alanya, Antalya, bakanlık, kaynak, politika, aktif, ALTİD, ALTAV ve uygulama

olduğu görülmektedir. Bu kelimelerin, genel olarak turizm sektörünün yönetimi ve gelişimi ile ilgili kavramları içerdiği söylenebilir. Birbiri ile bağlantılı olarak kullanılan bu kelimelerden hareketle, katılımcılar tarafından verilen cevaplardaki genel düşünce şu şekilde özetlenebilir: “Turizm sektörünün etkin bir şekilde yönetilmesi ve geliştirilmesi için yerel yönetimler, turizm ile ilgili STK’lar, bakanlık ve diğer ilgili kurumlar tarafından iş birliği yapılarak yerel politikaların oluşturulması gerekmektedir.” Bu düşünce, turizm sektörünün gelişimi ve sürdürülebilirliği için çeşitli aktörlerin katılımının önemini de vurgulamaktadır. Yerel yönetimlerin, turizm ile ilgili STK’ların (ALTAV, ALTİD gibi), bakanlıkların ve diğer kurumların iş birliği halinde olması yerel turizm politikalarının belirlenmesinde, kaynakların etkin bir şekilde kullanılması ve turizm sektörünün sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesi için büyük önem taşıdığı ifade edilebilir.

Katılımcılara yöneltilen beşinci soruya dair verilen genel cevaplar Tablo 3.6’da yer almaktadır.

**Tablo 3.6: Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili Beşinci Soru**

Turizm politikası oluşturulması sürecinde aktörler arasında yeterli derecede koordinasyon ve iş birliği olduğunu düşünüyor musunuz?	
Yeterli koordinasyon ve iş birliği olduğunu düşünüyorum.	K <sub>1</sub> , K <sub>3</sub> , K <sub>4</sub> , K <sub>5</sub> , K <sub>7</sub> , K <sub>11</sub> , K <sub>12</sub> , K <sub>13</sub> , K <sub>18</sub>
Yeterli koordinasyon ve iş birliği olduğunu düşünmüyorum.	K <sub>2</sub> , K <sub>6</sub> , K <sub>8</sub> , K <sub>9</sub> , K <sub>10</sub> , K <sub>14</sub> , K <sub>15</sub> , K <sub>16</sub> , K <sub>17</sub>

Beşinci soruya verilen cevaplar incelendiğinde katılımcılar arasında fikir birliğinin bulunmadığı görülmektedir. Yerel turizm politikalarının oluşturulması konusunda koordinasyon ve iş birliğinin olmadığını düşünen katılımcılara göre; yüksek turizm potansiyeline sahip olan Alanya’da turizm sektörünün gelişimi ve yönetimi için yerel yönetim organları, ilgili bakanlık, yerel turizm kuruluşları ve diğer ilgili paydaşlar arasında iş birliğinin sağlanması kritik önem taşımaktadır. Bu iş birliğinin, turizm politikalarının oluşturulması, turizm kaynaklarının etkin ve sürdürülebilir kullanımı ile şehrin turizm pazarındaki rekabet gücünün artırılması üzerinde odaklanması gerekmektedir. Bu çerçevede, şehirlerin turizm sektöründe başarılı olabilmesi için, yerel ve ulusal düzeydeki paydaşlar arasında iş birliği ve koordinasyonun büyük önem taşıdığı ifade edilebilir. Alanya gibi turistik bir şehrin başarılı bir şekilde yönetilmesi, yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve diğer ilgili paydaşların iş birliği yapmasıyla mümkündür. Bu iş birliği yerel turizm politikalarının oluşturulması, uygulanması, turizm

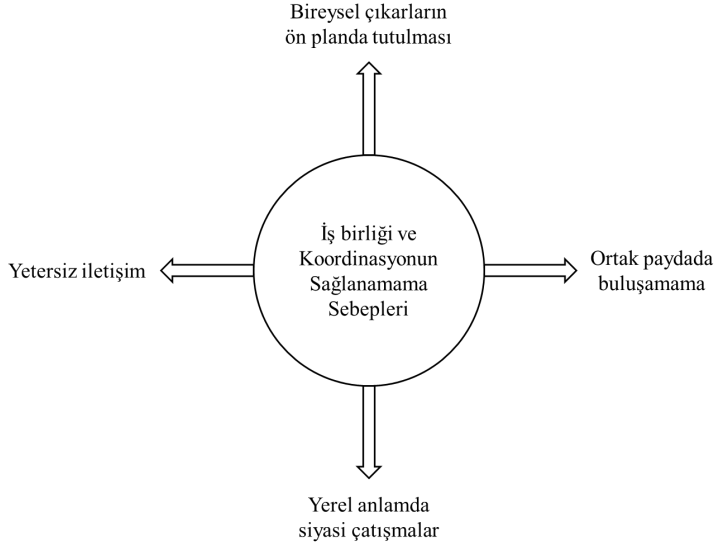
kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılması ve sürdürülebilir turizm endüstrisinin geliştirilmesi için önem taşımaktadır.

Aktörler arasında koordinasyon ve iş birliğinin sağlandığını düşünen katılımcıların cevapları incelendiğinde ise genel çıkarımın Alanya'daki turizm yönetiminin şehri ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere kaliteli hizmet sunabilmek ve turizm gelirlerini artırmak için stratejik bir yaklaşımın benimsediği şeklinde ifade edilebilir. Yönetim ve organizasyon yapısının turizm sektöründeki başarıyı doğrudan etkilediği bu nedenle bu yapıların sürekli olarak değerlendirilmesi ve geliştirilmesi gerektiği vurgulanabilir. Bu konuda verilen cevaplardan çıkarılan genel yargı; şehrin turizm potansiyelini yönetmek ve geliştirmek için yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve kamu kurumları bir araya gelerek etkili politika ve stratejiler geliştirmektedir.

Katılımcılara yöneltilen beşinci soruda içerik analizi yapıldığında birbiri ile bağlantılı olarak en fazla tekrar edilen kelimelerin turizm, iş birliği, koordinasyon, Alanya, politika, süreç, yönetim, yapı ve kurumlar olduğu görülmektedir. Verilen kelimeler, turizm sektörünün yönetimi ve geliştirilmesinde yerel ve ulusal düzeydeki çeşitli kurumlar arasında gereken iş birliği ve koordinasyonun önemini vurgulamaktadır. Bu kelimelerin bir araya gelmesinden çıkarılabilecek genel düşünce ise şu şekilde ifade edilebilir: “Turizm sektörünün etkin bir şekilde yönetilmesi ve sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesi için çeşitli paydaşlar arasında iş birliği, koordinasyonun sağlanması yerel turizm politikalarının oluşturma sürecinde büyük önem taşımaktadır.” Bu düşünce, turizm endüstrisinin karmaşıklığına ve çeşitli paydaşların katılımının gerekliliğine de işaret etmektedir. Turizm sektörünün başarılı bir şekilde yönetilmesi için; bakanlık, yerel yönetimler, turizm kuruluşları, özel sektör temsilcileri ve sivil toplum kuruluşları arasında iş birliği ve koordinasyonun oluşturulması önemli bir rol oynamaktadır. Ortak çıkarların belirlenerek etkili politikaların oluşturulma sürecinde tüm paydaşların katılımı, yerel turizm politikalarının sürdürülebilirliği ve başarısı için temel bir unsur olarak ifade edilebilir.

Katılımcılar tarafından beşinci soruya verilen cevaplar çerçevesinde aktörler arasında iş birliği ve koordinasyonunun sağlanamamasının temel sebepleri Şekil 3.2’de yer almaktadır.

### Şekil 3.2: Aktörler Arasında İş birliği ve Koordinasyonun Sağlanamama Sebepleri



Şekil 3.2 incelendiğinde Alanya’da yer alan aktörler arasında iş birliği ve koordinasyon sağlanamamasının temel sebepleri arasında yetersiz iletişim, farklı beklenti ve çıkarların söz konusu olmasından dolayı bireysel çıkarların ön planda tutulması buna bağlı olarak ortak paydada buluşamama ve yerel anlamda siyasi çatışmaların olması yer almaktadır. Katılımcılara yöneltilen beşinci sorunun ikinci kısmında katılımcılar tarafından bu soruna yönelik oluşturulan çözüm önerileri şu şekilde özetlenebilir:

- Aktörler arasında yaşanan sorunların tespit edilerek çözüme kavuşturulmalı,
- Aktörler birbiri ile daha sık iletişime geçmeli ve yerel anlamda etkili turizm politikalarının hazırlanması konusunda bilinçlendirilmeli,
- Merkezi idare ile iyi ilişkiler kurularak sektörün ihtiyaçları karşılanmalı ve bu sayede etkili yerel politikaların hazırlanmasına zemin hazırlanmalı,
- Alanya’da sürekliliği olan yerel bir turizm kurulu oluşturulmalı ve bu kurul sektördeki bütün paydaşlara eşit mesafede pozitif yaptırıma sahip olan kurum (Alanya Belediyesi) liderlik etmelidir. Bu kurul tarafından hazırlanan planlama ve yerel turizm politikalarının sürekliliğine dikkat edilerek kurumlar, kuruluşlar ve kişiler değişse de oluşturulan politikaların devamlılığı sağlanmalı,

- Yerel aktörler tarafından turizm sektöründe yer alan bütün paydaşların talepleri merkezi idareye bildirilmeli, bu konularda turizm teşviklerinin arttırılması sağlanmalıdır. Turizm teşviklerinin arttırılması ile bireysel çıkarların ön planda tutulmasının önüne geçilebileceği ifade edilebilir.

Katılımcılara yöneltilen son (altıncı) soruya dair cevaplar Tablo 3.7’de yer almaktadır.

**Tablo 3.7: Alanya’da Uygulanan Yerel Turizm Politikası ile İlgili Altıncı Soru**

Alanya’da etkili yerel turizm politikasının uygulanmasında hangi konulara dikkat edilmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?	
Ulaşım geliştirilmeli, yabancılara mülk satışı yapılmamalı, tanıtımlar profesyonel bir şekilde yapılmalı, tarihi alanların turizme kazandırılması konularına dikkat edilmeli.	<b>K<sub>1</sub></b>
Bireysel çıkarlar göz ardı edilmeli, alternatif turizm çeşitleri geliştirilip yaygınlaştırılmalı, turistik ürünlerin geliştirilerek sayıları arttırılmalı.	<b>K<sub>2</sub></b>
Uzun vadeli yerel turizm politikaları oluşturulmalı.	<b>K<sub>3</sub>, K<sub>4</sub>, K<sub>5</sub></b>
Aktörler tek çatı altında toplanmalı, turizmin on iki aya yayılması için gerekli çalışmalar yapılmalı ve tanıtımlar profesyonel bir şekilde yapılmalı	<b>K<sub>6</sub>, K<sub>10</sub>, K<sub>11</sub></b>
Sürdürülebilir turizmin sağlanması için inşaat sektörü ve göç alımı konusunda gerekli çalışmalar yapılmalı.	<b>K<sub>7</sub></b>
Sektördeki kalite standartları arttırılmalı, dijital dönüşüme ayak uydurulmalı ve tanıtımlara önem verilmeli.	<b>K<sub>8</sub></b>
Turistik tesisler, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde oluşturulmalı, doğal kaynaklar korunmalı, alternatif turizm çeşitlerinden yararlanılmalı ve aktörler arasında etkili koordinasyon ile iş birliği oluşturulmalı.	<b>K<sub>9</sub></b>
Destinasyon için gerekli altyapı çalışmaları hızlı bir şekilde tamamlanmalı.	<b>K<sub>12</sub></b>
Nitelikli personel istihdam edilmeli, kültürel doku korunmalı, trafik sorununun azaltılması, ücret- hizmet endeksi dengelenmeli.	<b>K<sub>13</sub></b>
Dijital dünyaya ayak uydurulmalı, nitelikli personel istihdamı arttırılmalı ve uzun vadeli uygulamalar yapılmalı.	<b>K<sub>14</sub></b>
Turizm konusunda avantajlar, dezavantajlar, fırsatlar ve tehditler belirlenerek analizleri yapılmalı ve bu sonuçlara göre uzun soluklu politikalar hazırlanmalı.	<b>K<sub>15</sub></b>
Doğal alanlar korunup turizme kazandırılmalı, tanıtım geliştirilmeli, turistik işletmelere yönelik denetimler yapılmalı ve alternatif turizm çeşitleri geliştirilmeli.	<b>K<sub>16</sub></b>
Şehrin doğal ve kültürel varlıkları, sosyo-ekonomik yapısı, tarımı, inşaat ve emlak sektörü dikkate alınarak uygun, gerçekçi ve hayata geçebilecek politikalar geliştirilmeli.	<b>K<sub>17</sub></b>
Alternatif turizm çeşitleri geliştirilerek yaygınlaştırılmalı ve turizmin şehrin iç kesimlerine yayılmasına yönelik yerel politikalar hazırlanmalı.	<b>K<sub>18</sub></b>

Son (altıncı) soruya verilen cevaplar analiz edildiğinde yerel turizm politikalarının uygulanmasında dikkat edilmesi konusunda katılımcıların üzerinde durduğu genel konular şu şekilde sıralanabilir:

- Yerel turizm politikalarının hazırlanmasında öncelik her zaman doğal çevre ve sürdürülebilirlik olmalı,
- Gazipaşa Havaalanı geliştirilmeli ve daha fazla şehirden direkt uçuşlarının yapılması için temaslar kurulmalı,
- Alanya'ya yönelik plansız göç önlenmeli,
- Turistlere emlak satışına yönelik olarak sınırlama getirilmeli ve şehirde konut sahibi olan turistlerin konutlarını diğer turistlere kiralamaları önlenmeli,
- Tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmeli ve yapılan tanıtımlar profesyonel şekilde hazırlanmalı,
- Alternatif turizm çeşitlerinin artırılmalı ve bu konuda halk bilinçlendirilmeli,
- Aktörler arasındaki iş birliği tam anlamıyla oluşturulmalı,
- Turizm sektöründe yer alan paydaşlar kurumsal bir kimlik kazanmalı ve web sayfalarını profesyonel şekilde hazırlamalı,
- Destinasyondaki turistik ürünler geliştirilerek sayıların artırılmalı,
- Turistik işletmelere yönelik yapılan denetimler artırılmalı ve karşılaşılan olumsuz durumlarda cezai yaptırımlar uygulanmalı,
- Turizm sektöründeki personellere eğitim verilmeli ve nitelikli personel istihdamına dikkat edilmeli,
- Turistik işletmelerde dijital dönüşümlere ayak uydurulmalı.

Katılımcılara yöneltilen altıncı soruda içerik analizi yapıldığında birbiri ile bağlantılı olarak en fazla tekrar edilen kelimelerin şehir, personel, geliştirmek, sorunlar, turizm, eğitim, arttırmak, durum, gelir ve zaman olduğu görülmektedir. Birbiri ile bağlantılı olarak kullanılan bu kelimeler incelendiğinde şehirde turizm sektörünün nasıl etkin bir şekilde geliştirilebileceği, bu sürecin hangi dinamiklerle yürütüleceği ve bu gelişimin zamanla nasıl bir ekonomik katkı sağlayacağı üzerine genel bir çerçeve çizdiği görülmektedir. Katılımcılar tarafından kullanılan bu kelimelerle ilgili olarak en genel çıkarım ise şu şekilde ifade edilebilir: Şehrin turizm endüstrisinde zamanla karşılaşılan çeşitli zorluklarla başa çıkarken sürdürülebilir bir şekilde politikaların hazırlanıp şehrin gelişmesi ve yönetilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu süreç personelin eğitimi, gelir artışını destekleyecek faaliyetlerin teşviki, etkili politikaların hazırlanıp uygulanması ve turizmin şehrin sosyoekonomik yapısını nasıl etkilediğinin



sürekli değerlendirilmesi gibi unsurları içermektedir. Şehirdeki turizm sektörünün stratejik bir şekilde geliştirilmesi, bu sürecin yönetilmesi ve bu gelişimin şehrin ekonomik durumu üzerindeki etkileri önem taşımaktadır. Bu gelişimin turizm personelinin eğitimi, altyapı iyileştirmeleri ve turistik aktivitelerin çeşitlendirilmesi gibi faktörlerle desteklenmesi gerekmektedir. Şehrin turizm potansiyelini artırmak, daha fazla turisti bölgeye çekmek ve dolayısıyla elde edilen geliri arttırmak için sürekli bir gelişim ve uyum sürecinin gerekli olduğu ifade edilebilir. Ayrıca birbiri ile bağlantılı olarak kullanılan kelimeler incelendiğinde bir dizi farklı konuyu kapsadığı ifade edilebilir. Bu konularla ilgili olarak hazırlanan ana temalar şu şekilde açıklanabilir:

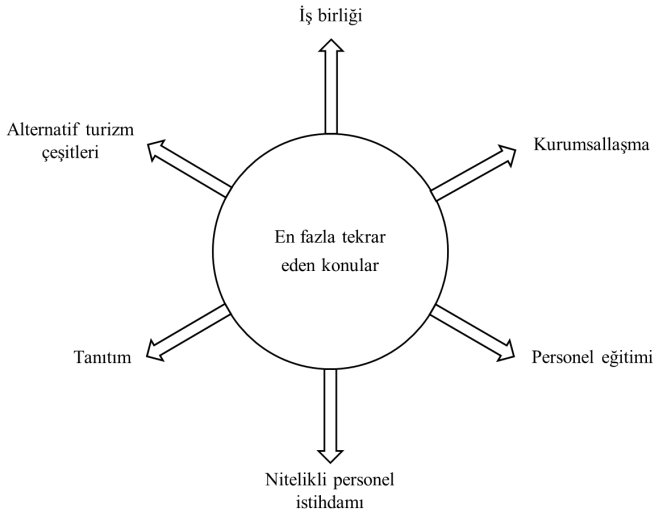
- **Şehir:** Turizm destinasyonu olan şehir, çeşitli turistik aktiviteler ve çekim merkezleriyle ziyaretçileri kendisine çeken ve yerel ekonomi için önemli gelir kaynağı taşıyan unsurdur.
- **Personel:** Turizm sektöründe çalışan insanlar, ziyaretçilere hizmet veren ve deneyimlerini şekillendiren temel unsurlardan birisidir.
- **Gelişim:** Sürekli gelişim, turizm sektörünün dinamik bir yapıda olmasını gerektirir; yeni turizm trendlerine uyum sağlama, altyapı iyileştirmeleri ve hizmet kalitesinin artırılması bu kapsamdadır.
- **Problemler/Sorunlar:** Turizmin getirdiği sorunlar arasında çevresel tahribat, yerel kültüre etki, altyapı yetersizlikleri gibi konular yer almaktadır.
- **Turizm:** Turizm, şehirler için hem bir gelir kaynağı hem de bir kültürel etkileşim ve tanıtım aracıdır.
- **Eğitim/Süreç:** Turizm sektörünün gelişimi bir süreçtir ve bu süreç, politika yapımı, eğitim programları ve pazarlama stratejileri ile desteklenmelidir.
- **Artış:** Turizm faaliyetlerinin ve gelirlerinin artışı, şehrin ekonomik gelişimine doğrudan katkı sunmaktadır.
- **Durum:** Mevcut turizm durumu, planlama ve politika yapımında belirleyici bir faktördür ve sürekli olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.
- **Gelir:** Turizm geliri, şehir ekonomisine katkıda bulunur ve çeşitli sektörlerle de pozitif etkiler yaratır.
- **Zaman:** Turizmin gelişimi zamanla değişkenlik gösterir ve sürekli bir adaptasyon ve yenilik gerektirir.

Bu ana temalar incelendiğinde turizmin şehir için ne kadar değerli olabileceği ve bu sektörün yönetilmesi sürecinde karşılaşılan zorluklar ve fırsatlar üzerinde düşünülmesi gerektiği ifade edilebilir. Ayrıca şehirdeki yerel turizm

politikalarının gelişiminin çeşitli faktörlerin etkileşimiyle şekillendiği de görülmektedir.

Katılımcılar tarafından son (altıncı) soruya verilen cevaplar incelendiğinde en fazla tekrar edilen konular Şekil 3.3'te yer almaktadır.

**Şekil 3.3:** Katılımcılar Tarafından En Fazla Tekrar Eden Konular



Katılımcılar tarafından verilen cevaplarda en çok tekrar eden konular incelendiğinde turizm sektörünün etkili ve başarılı bir şekilde geliştirilmesi için gerekli olan önemli stratejik bileşenleri kapsadığı görülmektedir. Bu bileşenler bir araya geldiğinde, turizm sektörü daha sürdürülebilir, çekici ve rekabetçi bir yapıya kavuşabilir. Bu bağlamda yerel turizm politikalarının doğru bir şekilde hazırlanması ve uygulanması, iş birliği ve kurumsallaşma ile desteklenmesi, eğitilmiş ve nitelikli personel istihdamıyla güçlendirilmesi, etkili tanıtım ve alternatif turizm çeşitlerinin teşvik edilmesi, turizm destinasyonunun başarısını belirleyen önemli faktörler olarak nitelenebilir. Turizm sektörünün sürdürülebilir gelişimi için sektördeki bütün paydaşların katılımı ile etkili yerel turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanması gerekmektedir. Bu politikaların başarılı bir şekilde yürütülmesi, iş birliği ve kurumsallaşmayı gerektirir. Ayrıca, turizm sektöründeki çalışan personellerin eğitimi ve nitelikli personel istihdamı, kaliteli hizmet sunumu açısından kritik öneme sahiptir. Bunun yanı sıra şehrin tanıtımı ve alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, turizm gelirlerinin artırılmasında ve turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

### 3.7. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Turizm, ülke ekonomisine doğrudan katkı sağlaması ve diğer birçok sektörü doğrudan ve dolaylı olarak etkilemesi nedeniyle politika düzeyinde ele alınması gereken önemli bir sektördür. Turizmin kötü yönetimi aynı zamanda ekonomik alanında dengesizliklerin yaşanmasına, finansal kaynakların israfına, sosyal ve kültürel alanlarda kirliliğe ve doğal kaynakların tahrip edilmesine yol açabilmektedir. Bu nedenle turizmin gelişiminin faydalarını en üst düzeye çıkarmak ve olası zararları en aza indirmek için uzun vadeli ve kesin çözümlerin izlenmesi, plan ve programlar çerçevesinde önlemlerin alması ve bu önlemlerin de etkili bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Etkili politikalar ve planlama ile birlikte başarılı turizmin temeli oluşturulabilir.

Çalışma kapsamında incelenen Alanya’da yerel turizm politikası konusunda yaşanan sorunlara yönelik çözüm önerileri aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

- Turizmin belirli bir dönem ile sınırlı olmasından dolayı nitelikli ve eğitilmiş işgücünün istihdam edilmesinde birtakım sorunların yaşandığı görülmektedir. Bazı işletmelerde ise ucuz işgücü yaratılması için bu alanda eğitim almayan kişilerin istihdam edildiğine rastlanılmaktadır. Bu kişilerin işe alınmasından sonra da işletmeler tarafından herhangi bir eğitime tabi tutulmaması sektörde sorunlar yaşanmasına neden olmaktadır. Bu konuda STK’ların önemli görevleri vardır. Her bir işletmenin bağlı olduğu kuruluş çatısı altında nitelikli personelin istihdam edildiğinin ya da istihdam edilen personele işletmede belirli dönemlerde eğitim verilmesine yönelik birtakım çalışmaların yapılıp yerel yönetim organları ile birlikte politikaların hazırlanıp uygulanması gerekmektedir. Alanya’da nitelikli personel yetiştirilmesi için bazı eğitimler STK’lar tarafından verilmektedir. Ancak bu eğitimlere iş verenlerin de dahil edilmesi veya iş verenler için turizmin geliştirilmesine yönelik olarak ayrı eğitim çeşitlerinin düzenlenmesi turizm ile ilgili yaşanan sorunları azaltabilecektir.
- Turizm sektöründe çalışan personelin eğitimi ve kalitesi büyük önem taşımaktadır. Turizm sektöründe hizmet kalitesinin sağlanması ve rekabet ortamında rakiplerle mücadele edilebilmesi için personelin eğitimi ile ilgili birtakım çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bu konuda Alanya şehrinde yer alan iki üniversitenin büyük bir rolü söz konusudur. Bu üniversiteler bünyelerinde eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdüren, lisans ve ön lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yükseköğretilerinin varlığı, şehrin turizm gelişimi için önem arz etmektedir. Alanya’da turizme hizmet eden gerek kamu gerekse özel sektör işletmelerinde turizm alanında eğitim

almış olan personel istihdamı konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Şehirdeki üniversitelerde turizm alanında eğitimler verilmesine rağmen turizm alanında eğitim alan öğrencilerin mezuniyet sonrası sektörde yer alan işletmelerde istihdam edilememesi turizm istihdamı bakımından olumsuz bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Bu konuda şehirde yer alan işletmeler ve eğitim veren üniversiteler arasında yapılan iş birliğinin daha da artırılması gerekmektedir. Sektörde yer alan işletmelerin ucuz işgücü için eğitim almamış personel istihdam etmesinin ve eğitim almayan bu personelin birtakım yanlış uygulamalar ile (hanuçluk, turiste zorla satış yapma, yüksek fiyattan satış vb.) turisti rahatsız etmesinin engellenmesi ve bu uygulamaya devam eden işletmeler için ağır yaptırımların oluşturulması gerekmektedir.

- Alanya’da yıllar içerisinde konaklama işletmelerinde ve yatak sayısında ciddi oranda artış yaşandığı gözlemlenmektedir. Bu durum gelen turist sayısının artmasında olumlu katkılar sunmaktadır. Ancak işletme sayısının bu kadar çok olması sektörde kalitenin olumsuz etkilenmesi, istihdam edilen personelde gerekli eğitim ve niteliklerin bulunmaması ya da yeterli donanımına sahip olmayan kişilerin işletmelerde yönetici konumuna gelmesi gibi olumsuz sonuçların yaşanmasına sebep olabilmektedir. Bu konuda yeni konaklama tesislerinin açılması için gerekli önlemlerin yerel yönetim organları tarafından alınması denetlemelerin ise hem yerel yönetimlerce hem STK’lar aracılığı ile gerçekleştirilmesi gerekmektedir. STK’lar yeni açılacak olan konaklama işletmelerinde verilen hizmetlerin kalite ve standartları sağlayıp sağlamadığını denetleyerek işletmelerin verimliliğinin artırılması konusunda etkili olabilecektir.
- Şehirdeki işletmelerde ve yerel yönetim organlarının bünyesinde çalışan personellerde yabancı dil bilmeme önemli bir eksiklik olarak ifade edilebilir. Özellikle turistler satın almak istedikleri ürünlerde çalışanlarla anlaşma konusunda sorun yaşamakta ve bu sorunların kolluk kuvvetlerine iletilmesinde zorluklar ortaya çıkmaktadır. Bu konuda, bölgedeki STK’ların kamu ve özel sektördeki tüm turizm personeli için dil eğitimi planlamaları yapması gerekmektedir. Yerel yönetimler de yaz aylarında turistlerle iletişimde yaşanan sorunları en aza indirmek için kendi personellerine yabancı dil eğitimi konusunda destek vermelidir.
- Alanya’da yer alan bütün kamu kuruluşlarını ve turizm sektöründeki kuruluşları kapsayan turizm alanında çalışma ve araştırmalar yapan, yaşanan sorunlara yönelik çözüm önerileri üreten bir danışma meclisinin oluşturulması gerekmektedir. Bu konuda şehirde bulunan üniversiteler

büyük önem taşımaktadır. Turizmin geliştirilmesi, yerel turizm politikalarının hazırlanması, tanıtım faaliyetlerinin ve organizasyonların planlanması veya turizm alanında yaşanan sorunlara yönelik çalışmalar şehirde bulunan ilgili alanda uzman akademisyenlerin de görüşleri alınarak yapılması gerekmektedir. Böylece planlama ve politikaların hem bilimsel olarak daha objektif ve çözüm odaklı hazırlanması hem de bölgede yer alan bütün kuruluşların katılımının sağlanması mümkün olacaktır.

- Alanya’da yer alan yerel yönetim organlarının öncülüğünde bölgede turizm sektörünün geliştirilmesi için etkili bir turizm stratejisi ve turizm koridoru oluşturulması yerinde olacaktır. Bu amaç ile bölgede yer alan bütün paydaşlar arasında iş birliği sağlanmalı, hazırlanacak olan politikaların yalnızca bölgeye gelen turistlerin değil yerel halkın ihtiyaç ve taleplerini karşılayacak şekilde oluşturulması gerekmektedir. Yapılacak olan çalışmalar ile kamu ve özel sektörde yer alan bütün personeller hatta yöredeki yerel halk turizm konusunda bilinçlendirilmeli turistik alanlar korunmalı ve cazibe merkezi haline getirilerek turizm faaliyetlerine kazandırılmalıdır. Yöre halkının turizm konusunda bilinçlendirilmesi halkın ziyaretçilere karşı davranışlarının olumlu yönde seyretmesini sağlarken turistlerin bölgeden memnun ayrılması, bölgeye karşı güven duygusunun ve tekrar ziyaret etme isteğinin oluşması sağlanabilir.
- Şehirde yapılan yatırımların sadece turizme yönelik değil tüm alanları kapsayacak şekilde politikalarla hazırlanıp oluşturulması gerekmektedir. Bu nedenle özellikle bölgedeki arazilerin kullanılması, altyapı ve üst yapı hizmetlerinin sağlanması için hem merkezi idare hem de bölgedeki yerel yönetim organları tarafından sürdürülebilir turizm esas alınarak iş birliğinin geliştirilmesi gerekmektedir.
- Alanya’da oluşturulan turizm politikalarında sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için turizm sektöründeki bütün paydaşlar arasında farkındalığın artırılması, kontrol ve yaptırımların etkin bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Destinasyondaki altyapı eksiklerinin yerel yönetim organları ve merkezi idare arasında kurulacak olan iş birliği ile giderilmesi ve bölgede yeterli kapasitede çevreye duyarlı alt yapı anlayışının kazandırılması gerekmektedir.
- Alanya, sahip olduğu iklim koşulları ile doğal, tarihi ve kültürel özellikleri sayesinde turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesinde büyük bir potansiyel taşımaktadır. Şehirde spor, kongre, gastronomi, ekoturizm ve sağlık turizmi gibi alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, rekabet ettiği diğer destinasyonlara kıyasla daha çok tercih

edilen bir bölge olmasını sağlayacaktır. Bu nedenle her yıl düzenlenen triatlonlar, bisiklet yarışları ve turnuvalar gibi etkinliklerin teşvik edilerek turizm alanında destinasyonun tanınırlığının sağlanması ve bu sayede pazarlama olanaklarının artırılması büyük önem taşımaktadır. Şehirdeki temel geçim kaynağının turizm olması, kış aylarında insanların işsizlik sorunu ile karşı karşıya kalmalarının engellenebilmesi ve turizmin on iki aya yayılabilmesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Bu konuda sadece yerel yönetim organları tarafından yapılan çalışmaların yetersiz kaldığı, beklenen etkiyi karşılamadığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle alternatif turizm kaynaklarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması konusunda bütün paydaşların aktif katılımıyla politikaların oluşturulup uygulanması gerekmektedir.

- Şehrin sahip olduğu yöresel kıyafetler, yemekler, halı ve ipek dokumalar, el sanatları ve süs eşyalarını ön planda tutarak turistlerin dikkatini çekecek işletmeler azdır. Bu konuda hem kamu desteği hem de özel sektör desteği sağlanarak planlamalar yapılmalı, politikalar hazırlanmalıdır. Şehirde bulunan turistik alanlara yönelik yapılan bu çalışmalarla hem yöresel ürünleri pazarlayan işletmelerin sayısının artırılması hem de turistik ürünlerinin tanıtılıp şehrin markalaşması konusunda olumlu katkılar sağlanabilecektir. Destinasyonun markalaşması ve imajının geliştirilmesi için bütün paydaşların turizmin geliştirilmesi, alternatif turizmin çeşitlendirilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması konusunda birlikte hareket etmesi gerekmektedir.
- Alanya gıda ürünleri ve kültürel değerler bakımından oldukça zengin kaynaklara sahiptir. Bu ürünlere örnek olarak göleveze yemeği, oğmaç, ülübü piyazı, ilabada sarması, Alanya çöreği, darı aşısı, çiçek dolması, yoğurtlama, oklava çekmesi, çiğirdik, aside, su kabağı oyması, ipek dokuması el işleri, muz lifinden elde edilen kıyafetler gibi pek çok ürün sayılabilmektedir. Ancak bu ürünlerin tanıtımının yeterince yapılmadığı ve coğrafi işaret tescilinin alınması için henüz bir adım atılmadığı da bilinmektedir. Alanya, kendine ait yöresel yemek ve kültürel değerler bakımından çok zengin unsurlara sahip olsa da bu ürünlerin şehrin tanıtımında kullanılmadığı görülmüştür. Ayrıca gastronomi turizmi ve festivallerin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmakla birlikte yöreye ait ürünlerin henüz bir festival aracılığı ile turizmde pazarlanabilecek kadar güçlendirilememiştir. Destinasyonun turizm pazarındaki payının artırılması için yöreye ait ürünlerin coğrafi işaret olarak tescil edilmesi,

yöresel ürünlerin ulusal ve uluslararası pazardaki payının arttırılmasını mümkün kılacaktır.

- Alanya Belediyesi tarafından yöresel mutfak kültürünün tanıtılmasına yönelik yemek kurslarının açılması, yarışmaların düzenlenmesi, düzenlenen uluslararası festivallerde yöresel ürünlere yönelik bilgilendirme stantlarının açılması gibi birçok faaliyetin yapıldığı görülmektedir. Ancak bu konuda diğer kamu kurumları ve sivil kuruluşlar incelendiğinde web sayfalarında bu konuda yeterli çalışmaların yapılmadığı izlenimi oluşmaktadır. Buradan yola çıkılarak yöresel ürünlerin Alanya Belediyesi öncülüğünde ulusal ve uluslararası alanda tanıtılmaya çalışıldığı söylenilebilir. Tüm paydaşların bu konuda aktif olarak katılım göstermemelerinden dolayı kültür ve gastronomi turizmi konusunda yapılan tanıtımların eksik kalmaktadır. Alternatif turizm kaynaklarının geliştirilmesi, turizmin bütün yıla yayılması, elde edilen gelirin arttırılması ve sektörde istihdam edilen personelin sürekli olarak çalışmasının sağlanabilmesi için bu çalışmaların bütün aktörler tarafından etkili bir şekilde desteklenip tanıtımının yapılması gerekmektedir. Ayrıca bu alanların geliştirilmesi için şehirdeki bulunan üniversiteler ile iş birliği yapılarak araştırma merkezleri kurulup yöresel ürünlerin ön plana çıkartılması ve kültür turizminin geliştirilmesi için çalışmalar yapılabilir. Şehirdeki seyahat acenteleri ve rehberler eşliğinde bu alanların turistlere tanıtımını yapması için tur planlamaları oluşturulabilir. Ayrıca şehirde bazı işletmelerde uygulanan her şey dahil sisteminde turistlerin otel dışına çıkmamasından dolayı yöresel ürünlerin tanıtılması ve yaygınlaştırılmasında eksiklikler yaşanmaktadır. Bu olumsuz durumun önüne geçilebilmesi için her şey dahil konaklama işletmelerinde yöresel ürünlerin tanıtılmasına yönelik planlamalar oluşturulabilir. Konaklama tesisinde yöresel turistik ürünlerin satıldığı işletmelere daha fazla yer verilebilir veya işletme bünyesinde yer alan mutfakta her gün yöresel yemeklerin hazırlanıp turistlere tanıtılması sağlanabilir. Turistlerin konakladıkları otellerde ve şehir merkezinde yer alan çoğu yiyecek içecek işletmelerinde yöreye özgü ürünlerin menülerde yer alması gastronomik olarak ürünlerin yaygınlaştırılması ve tanıtımlarının yapılmasını sağlanabilir. Turistik eşya satan işletmelerde ise yöreye özgü objelerin, su kabaklarının veya el işlerinin satışa sunulması turistlerin hediye olarak bu ürünleri satın almasını sağlayacaktır. Bu durumda da Alanya'ya özgü olan ürünlerin dolaylı olarak yurtdışında tanıtımları yapılmış olacaktır.

- Alanya şehrinde her yıl düzenli olarak çok sayıda ulusal ve uluslararası festival organizasyonları düzenlenmektedir. Bu organizasyonlarla birlikte şehrin uluslararası arenada tanınırlığının sağlanması ve bölgeye daha çok turist çekilmesi amaçlanmaktadır. Ancak yapılan çalışmalarda şehrin sahip olduğu turizm potansiyeli etkin olarak kullanılmamakta bu nedenle de tanıtımlarda yetersiz kalınmaktadır. Bu bağlamda yapılan tanıtım faaliyetlerinin artırılmasına yönelik birtakım çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bu çalışmalarda şu hususlara dikkat edilmesi gerekir:
  - ✓ Tanıtım faaliyetleri turist profili dikkate alınarak, turistleri harekete geçirecek, ilgilerini çekebilecek şekilde planlanmalıdır.
  - ✓ Turistlerin ilgisini çekmek için yanlış bilgilendirmeler ve yönlendirmeler yapılmamalıdır.
  - ✓ Tanıtım faaliyetleri organize edilirken kamu kurumları ve özel sektör kuruluşları iş birliği içerisinde koordineli bir şekilde hareket etmelidir.
  - ✓ Tanıtım faaliyetleri sadece yazılı unsurlar (kitapçık, broşür vb) üzerinden değil internet portalları ve sosyal medya araçları üzerinden de yapılmalıdır.
  - ✓ Yapılan tanıtım çalışmalarının başarı oranları kontrol edilmeli ve gerek duyulduğu takdirde tekrar planlanmalıdır.
- Bölgede her şey dahil sisteminin uygulanması turistlerin konaklama tesisinden dışarıya çıkmamasına neden olmaktadır. Bu sebeple turizm sektöründen sadece tur şirketleri ve konaklama işletmeleri gelir elde edebilmektedir. Bu durumun sonucunda diğer turistik işletmeler ve esnafın olumsuz etkilenecek turizmde gelir elde edememektedir. Bu sorunun etkisinin azaltılabilmesi, turizmde elde edilen gelirin sadece tur şirketleri ve konaklama işletmeleri arasında paylaşılmasının önüne geçebilmek için yerel yönetim organları ve bölgedeki STK'lar tarafından birtakım uygulamaların hayata geçirilmesi gerekmektedir.
- Alternatif turizm çeşitlerinden özellikle kongre turizminin daha da geliştirilmesi gerekmektedir. Böylece kongrelere katılan turistler bölgenin elde ettiği gelirin ve tanınırlığının artırılmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca bölgedeki turistik alanların ilgi çekici özellikte olmasından dolayı kongre faaliyeti için sınırlı süre şehirde kalan kongre turistlerinin tekrar şehri ziyaret etmeyi isteyebilecekleri de düşünülebilir. Ancak kongre turizminin geliştirilmesi konusunda Alanya'da bulunan Kongre Merkezi'nin aktif olarak kullanılmaması önemli bir eksiklik oluşturmaktadır.
- Bölgede antik dönemlerden kalan birçok alanın ve antik kentin olduğu göz önüne alınırsa bölgenin önemli bir kültür turizmi potansiyelinin olduğu



söylenilebilir. Ancak çoğu alanın yerli halk tarafından bile bilinmediği gözlemlenmiştir. Bu konuda yerel yönetim organları ile merkezi idare arasında iş birliği yapılarak bu alanların araştırılması, ortaya çıkarılması ve tanıtımlarının yapılarak turizme kazandırılması gerekmektedir. Ayrıca şehir merkezine yakın olmayan alanlar için merkezden düzenli aralıklarla toplu taşıma imkanlarının oluşturulmasının da turistlerin bu alanları daha fazla ziyaret etmelerini sağlayacaktır.

- Şehirde turistlerin ihtiyaçlarına yönelik bilgi sistemleri oluşturularak şehre ait enformasyon içeren şubelerin ve akıllı uygulamaların hazırlanması gerekmektedir. Hazırlanan akıllı uygulamalar ile Alanya bölgesinde yer alan tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerin lokasyonlarına ait bilgilerin, bu yerlere ulaşımının nasıl sağlanacağına, turistik hizmet sunan işletmelerde sorun yaşandığı takdirde başvurulması gereken makamların konumlarının yer alması turistlerin memnuniyet düzeylerinin arttırılmasına katkı sağlayacaktır.
- Şehirdeki kent ve kırsal peyzajların, kent estetiğinin, kimliğinin, mimarisinin ve kente ait değerlerinin yerel yönetimler tarafından korunması gerekmektedir. Kentte bulunan doğal, kültürel ve tarihi alanların mümkün olduğunca korunarak turistlerin şehre giriş yaptıkları güzergahlarda olumlu bir ilk izlenim oluşturulması için gerekli çalışmaların yapılması önem arz etmektedir.
- Doğal alanların, kıyıları ile sahilin korunması, yeşil alanların çoğaltılması, turistler ve yerli halk için mesire alanlarının yapılması gerekmektedir. Bu konuda özellikle turistik işletmelerin çevreyi olumsuz etkileyecek planlamalarının ve sahil şeridini ihlal etmelerinin önüne geçilmesi için yerel yönetim organları tarafından politikaların oluşturulması ve uygulamalardaki ihlallerin ağır yaptırımlara bağlanması gerekmektedir.
- Şehirde hızla gelişen turizmin etkisi ile plansız ve kimliksiz bir kentleşmenin olduğu, turistleri etkileyebilmek ve bölgeye çekebilmek için yeşil alanlara, sahil şeridine veya doğal güzeleğe sahip bölgelere konaklama tesisleri ve turistik işletmelerin inşa edildiği görülmektedir. Bu uygulamaların artması ile cadde ve sokaklarda özellikle bahar ve yaz aylarında ciddi boyutlarda trafik yoğunluğu yaşanmaktadır. Bu sorunların önlenmesi adına yerel yönetim organlarının yeni kent planlamalarını oluşturması, cadde ve sokaklar için trafik düzenlemelerini yapması gerekmektedir. Yeni kent planının hazırlanması ile hem şehirdeki trafik sorunlarını önlenebilecek hem de çarpık kentleşmenin önüne geçilebilecektir.

- Gürültü kirliliği konusunda da büyük sorunların yaşandığı görülmektedir. Turizm sezonunda aktif olarak açık olan eğlence mekanlarının bu konuda düzenli olarak denetimlerinin yapılması gerekmektedir. Özellikle şehir merkezi içerisinde yer alan eğlence mekanlarının hafta içi günlerde gece geç saatlerde yüksek sesle hizmet vermelerinin engellenmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Bu konuda hem bölgede yaşayan yerli halk hem de eğlence merkezine yakın işletmelerde konaklayan turistler geç saatlere kadar devam eden gürültü kirliliğinden rahatsız olmaktadır. Ayrıca çarşı merkezinde yer alan işletmeler de gün içerisinde yüksek seste açılan müzikten dolayı sokaklarda gürültü kirliliği oluşturmaktadır. Bu konuda hem yerli halkın hem de turistlerin rahatsız olmalarının önüne geçilmesi için kolluk kuvvetleri tarafından düzenli olarak denetimlerin yapılması ve gürültü kirliliği oluşturan işletmeler için yaptırımların uygulanması gerekmektedir. Bunun yanı sıra Çevresel Gürültü Kontrol Yönetmeliği çerçevesinde ilgili denetimlerin (gürültü seviyesi tespiti) Çevre Şehircilik Müdürlüğü tarafından da sıkı aralıklarla yapılması gerekmektedir.
- Şehirde yerel yönetimler ve STK'lar iş birliğinde deniz kirliliği konusunda birtakım çalışmalar yapılırsa da görsel olarak yapılan incelemelerde büyük oranda kirlilik olduğu tespit edilmiştir. Denizin içerisinde ve kumsalda plastiklere, poşetlere, çöplere ve gemilerden bırakılan atıklara çok fazla rastlanılmaktadır. Bu durumun da deniz kirliliği konusunda yapılan çalışmaların yetersizliğini gösterdiği ifade edilebilir. Alanya turizminin deniz, güneş ve kum üçlüsüne dayanmasından dolayı bu konudaki çalışmaların ve önlemlerin artırılması gerekmektedir. Sahilde yer alan işletmeler ile gezi teknelerine, denizde ve sahilde oluşturulan kirlilik konusunda bağlı oldukları STK'lar ve yerel yöneticiler tarafından cezai yaptırımların uygulanması kirliliğin önlenmesinde faydalı olabilecektir. Ayrıca yerel halka yönelik kamu kuruluşları tarafından bilgilendirmelerin düzenli olarak yapılması ve gerek duyulan konularda idari yaptırımların uygulanması gerekmektedir.
- Turistleri rahatsız edecek ve güvenlik endişesi yaratabilecek sorunlara karşı yerel yönetim organları tarafından önleyici tedbirlerin alınması ve etkili yaptırımların uygulanması gerekmektedir. Şehirde sıklıkla görülen hanuççuluk, turistlere zorla yüksek fiyattan satış yapmaya çalışma gibi konularda zabıta başta olmak üzere ilgili kurumlar tarafından gerekli tedbirlerin alınıp denetlemelerin yapılması gerekmektedir. Özellikle turistlerin en çok geldiği dönem olan yaz aylarında bu denetimlerinin düzenli ve kısa aralıklarla yapılmasının turistlerin güvenini kazanmada ve

şehre tekrar gelmesini sağlanmada olumlu etkiler yaratacağı ifade edilebilir. Ayrıca şehirde turizm polisi oluşturularak turistlerin yaşanan sorunlarda polise ulaşması kolaylaştırılarak daha güvenli bir tatil geçirmeleri sağlanabilir.

- Turistik işletmelerin denetimlerinin ciddi anlamda sıkı bir şekilde belirli aralıklarla yapılması gerekmektedir. Şehir merkezinde bulunan turistik ürün satan işletmeler incelendiğinde aynı ürün için her işletmede farklı fiyatın belirlendiği görülmektedir. Bu durum turistlerde güvensizlik oluşturarak harcama yapmaktan kaçınmalarına neden olmaktadır. Bu durumun önüne geçilebilmesi ve turistlerin yaptığı harcamaları arttırabilmek için güveninin sağlanması gerekmektedir.
- Turistlerin güvenliğini sağlamaya yönelik başka bir adım ise Alanya'da yerel yönetim organları tarafından kayıtsız olarak günlük kiralık evlere ve yasa dışı otel işletmeciliği faaliyetlerine karşı sıkı önlemler alınmasıdır. Ayrıca şehirde konut sahibi olan yabancıların ülkesindeki arkadaş ve akrabalarına belirli dönemler için şehirdeki evlerini kiralamaları konusunda önlemler alınması gerekmektedir. Alınan bu önlemler sayesinde hem güvenlik zafiyetinin oluşması hem de vergi kaçığının önlenmesi mümkün olacaktır.
- Ticari işletmelerin açılacağı zaman ticaret odalarına kayıt yaptırmaları gerektiği gibi turizm sektöründe çalışan bütün işletmelerin de yürüttüğü faaliyetin türüne göre ayrı bir odaya kayıt yaptırmaları zorunlu tutulabilir. Sektörde çalışan bütün personelin mesleki sorunlarına ve etki düzeylerine bu odalar vasıtası ile dikkat çekilebilir.
- Alanya'ya hem doğuda hem de batıda olmak üzere iki havaalanından da ulaşım sağlanabilmektedir. Ancak batısında bulunan Antalya havaalanına hem yaşanan trafik yoğunluğundan dolayı hem de hız sınırının 90 km olmasından dolayı yaz aylarında gidiş veya dönüşlerde üç saatlik zaman kayıpları oluşabilmektedir. Alanya'nın doğusunda yer alan Gazipaşa Havaalanı'na ise yurtdışından direkt uçuşların az olmasından dolayı ulaşımında birtakım sorunlarla karşılaşmaktadır. Bütün paydaşların bu sorunların giderilmesi için birtakım çalışmalar yapması gerekmektedir. Yurtdışında turistlerin yoğun olarak geldikleri bölgelerden Gazipaşa'ya direkt uçuşların yapılması ve var olan sefer sayılarının arttırılması halinde ulaşımın kolay olmasından dolayı daha fazla tercih sebebi olacaktır.
- Alanya şehrinde yer alan aktörlerin mesleki bakımdan yeterli düzeyde donanımına sahip olsa da organizasyon ve süreç yönetimi bakımından sorunlar yaşadığı görülmüştür. Şehirdeki aktörler tek tek incelendiğinde

web sayfalarında kurumsal organizasyonların, güncel verilerin, turizme yönelik planlama ve politikaların yer almadığı görülmektedir. Güncel olarak verilerin açıklanması, hazırlanan politikalara, yapılan planlama ve organizasyonlara yer verilmesi yerel turizm politikalarında güncel olarak yaşanan problemlerin belirlenmesi, bu problemler için etkin çözüm önerilerinin planlanması ve uygulanması konusunda kamuoyu ile bilgi paylaşımının yapılması önem arz etmektedir. Ayrıca aktörlerin web sayfalarında şehre ait bilgilerin, ulaşım ağlarının, turistik cazibe merkezlerinin ve işletmelerin yer alması da turistler açısından kolaylık sağlayacaktır.

- Alanya’da turizm konusunda yaşanan sorunların giderilmesi, bu sorunların merkezi yönetime aktarılması, gerekli olan mevzuat düzenlemeleri dahil gerekli çözüm önerilerinin sunulması konularında özel yapılanmalara gidilmesi ve STK’ların etkinliklerinin artırılması gerekmektedir.
- Şehirde aktörler tarafından hazırlanacak olan yerel politikaların ulusal turizm politikaları ile uyumlu bir şekilde geliştirilmesi gerekmektedir.

Şehirdeki yaşanan altyapı ve üst yapı sorunları, sektörde istihdam edilen personelin uluslararası standartlara uygun eğitim almaması, reklam ve tanıtım ağlarındaki eksiklikler, işletmelerde fiyat konusunda istikrarın sağlanamaması, turistlerin otelden dışarıya çıkmaması için yapılan çalışmalar, bilgi ağlarının güçlü bir temelde oluşturulamaması yerel turizm politikalarındaki temel sorunlardan bazıları arasında yer almaktadır. Ancak bütün bu sorunların çözümünde yaşanan temel yetersizliğin kamu ve özel sektör kuruluşları arasında iş birliği ve koordinasyonun sağlanmaması ve özellikle özel sektör kuruluşları arasında bireysel çıkarların ön planda yer almasından kaynaklandığı görülmektedir. Bu nedenle Alanya’da yaşanan yerel turizm politikası sorunlarının çözümünde izlenecek olan ilk adımın bireysel çıkarların geri planda tutulmasının olduğu ifade edilebilir. Böylelikle bütün paydaşlar şehrin gelişmesine yönelik olarak ortak çaba ve amaç doğrultusunda hareket edebileceklerdir.

## SONUÇ

Yapılan çalışmada katılımcılar Alanya destinasyonunda yerel turizm politikalarının yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Katılımcıların değerlendirmeleri, yerel turizm politikası konusunda sorun/eksiklik yaşandığı yönündedir. Sorun yaşanan turizm çeşitleri ise alternatif turizm çeşitleridir (sağlık, kültür, spor, kongre, kış, yaz turizmi). Örneğin Alanya'nın, yaz/deniz turizmi konusunda büyük gelişme gösterse de markalaşma yönünden henüz ideal bir seviyede olmadığı görülmektedir. Yine katılımcı görüşleri, literatür taraması, istatistiki veriler ve saha gözlemleri sonucunda bu konuda bazı önemli eksiklerin/sorunların olduğu tespit edilmiştir.

İlk olarak destinasyona ait web sayfaları incelendiğinde turistlerin ihtiyacını karşılamaktan uzak olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle de ilgili web sayfalarının modernize edilerek ihtiyaçları tamamen karşılayabilecek seviyeye getirilmesi gerekmektedir. İlgili sayfaların işlevselliğinin yanı sıra görselliklerinin de düzenlenmesi mevcut sorunların çözümüne katkı sağlayacaktır.

Alanya şehrinde turizm sektörü içerisinde faaliyet gösteren yatırımcı, pazarlamacı ve sektörde yer alan işletmecilerin kendi aralarında bazı meslek birlikleri oluşturdukları görülmektedir. Bu birlikler kendi alanları ile ilgili bazı kararlar almakta, dayanışma içerisinde bulunmakta ve fuar gibi etkinliklere katılarak varlıklarını devam ettirmektedirler. Bu faaliyetler bazı konuların çözümü için birtakım katkılar oluşturmaktadır. Bununla birlikte şehirde turizmin geliştirilip sürdürülebilirliğinin sağlanması için tüm paydaşların genel/üst bir birlik çatısı altında toplanması gerekmektedir. Oluşturulan bu birliğe yerel yönetim organları ile şehirde bulunan ve bu alanda çalışmalar yapan akademisyenlerin de dâhil edilmesi uygun olacaktır. Böylelikle birlikte alınan kararlar daha nitelikli ve turizm açısından daha etkili olabilecektir. Ayrıca belirli meslek ya da sektör odaklı ortak hareket yerine çok daha bütünsel ve genel bir platform tesis edilmiş olacaktır.

Çalışma ile elde edilen veriler ışığında Alanya'nın turizm ve turistik ürünlerinin tanıtımında yetersiz kaldığı görülmüştür. Bu kapsamda bazı uluslararası reklamlar, fuar organizasyonları, tanıtım etkinlikleri vs. yapılıyor olsa da bu çalışmalar genel olarak istenilen seviyeden uzak olduğu kanaati hâkim olmuştur. Bu konuda modern tanıtım ve pazarlama araçlarından daha etkin yararlanılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte ilgili kurum ve işletmelerce de bu kapsamda yapılan etkinliklerin sayı ve nitelik olarak artırılması gerekmektedir. Bu kapsamda yapılacak çalışmalar bir yandan genel ve kapsayıcı olması gerekirken, diğer yandan da her bir turizm türü için de ayrı ayrı

yapılmalıdır. Özellikle Alanya'nın tematik turizm alternatifi yönünün ön plana çıkartılması bu konuda önemli katkılar sağlayacaktır.

Alanya, kongre turizmi konusunda büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bu nedenle şehrin yapılan bilimsel çalışmalarda, ulusal-uluslararası fuar ile organizasyonlarda daha fazla tanıtılması gerekmektedir. Bu bağlamda şehirde yer alan turizm işletmelerinin internet ortamı aracılığı ile yeterli tanıtımlarının sağlanabilmesi için web sayfalarının düzenlenip sürekli olarak güncelleştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Hazırlanan web sayfalarına müşteri memnuniyetine ilişkin içeriklerin eklenmesi de destinasyona daha fazla kongre turistinin çekilmesini sağlayacaktır. Ayrıca temel alan ve konularda gelenekselleşmiş bilimsel etkinlikler ile yarışmaların dönemsel düzenlemelerinin Alanya'da yapılması konusunda da girişimlerde bulunulması bu hususta önemli bir adım olacaktır. Bu etkinliklerde şehrin turizm ürünlerinin de tanıtılması konusu oldukça önemlidir. Şehrin turizm ürünlerinin pazarlanabilmesi için internet gibi teknolojilerin de kullanılması, uluslararası arenada turizm pazarından daha büyük pay almasını sağlayacaktır.

Günümüzde dünyada yaşanan son teknolojik gelişmeler ile mobil cihazlarda ve çok sayıda uygulamada artış yaşanmış, buna bağlı olarak da insanlar arasında sosyal medya uygulamalarının kullanımı yaygınlaşmıştır. Mobil cihazların ve uygulamaların yaygın bir şekilde kullanılmasının turizm sektöründe de birtakım etkileri bulunmaktadır. Turistler destinasyonlara yönelik bilgi arama, destinasyonların karşılaştırmasını yapma, seyahatlerini planlama, rezervasyon yapma, yapılacak olan seyahat için ulaşım araçlarını belirleme gibi konularda mobil uygulamalardan yararlanmaktadır. Turistlerin değişen bu tutumlarına yönelik olarak destinasyonların da birtakım uygulamaları değiştirmesi gerekmektedir. Bu kapsamda turizm ile akıllı teknolojileri birleştiren akıllı turizm destinasyonları ilerleyen süreçlerde önemli bir rekabet gücü oluşturacaktır. Akıllı turizm destinasyonları ile turistlerin ihtiyaç ve taleplerine hemen karşılık verilebileceği gibi oluşan şikayetler zamanında değerlendirilip turistlerin memnuniyeti sağlanabilir. Ayrıca oluşturulan akıllı uygulamalar ile destinasyonun tanıtımı yapılırken; ziyaret eden turistlerin memnuniyet seviyelerinin ölçülmesine ve turistik hizmetlerin iyileştirilmesine yönelik çalışmaların yapılmasına da imkân sunulabilir. Alanya için bu şekilde hazırlanacak olan akıllı bir uygulama ile hem tanıtım ağının genişletilmesi hem turizm hizmetlerini geliştirilmesi hem de bölgeden memnun ayrılan turistlerin bu durumu sosyal ağlar üzerinden yayması sayesinde bölgeye daha fazla turistin çekilmesi sağlanabilir. Bu kapsamda influencer (internet ünlüsü) tanıtımları ile sosyal medya reklamları da önemli katkılar sunacaktır. Yapılacak tanıtım ve

reklamlarda sadece ön planda olan turizm türlerine değil, tüm alternatif turizm türlerine yer verilmelidir.

Alanya şehri her ne kadar kitlesel ölçekte deniz, kum ve güneş turizmine yoğunlaşmış olsa da sahip olduğu eşsiz doğal, kültürel ve tarihi alanları ile çeşitli turizm türlerini bünyesinde barındırabilen bir şehirdir. Şehir; macera, eko turizm, agro turizm, kültür turizmi gibi dünyada gitgide büyüyen alternatif turizm talebini karşılayabilecek ve yeni turizm ürünlerinin de geliştirilmesi konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Şehrin sahip olduğu bu turizm potansiyellerinin ortaya çıkarılması ve yüksek gelirli turistlerin daha çok talep ettiği turizm türleri yaygınlaştırılmalıdır. Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ile birlikte şehrin deniz, kum ve güneş turizmi dışına çıkması da sağlanacaktır. Böylelikle şehirde turizmin mevsimselliğinin ortadan kaldırılması (turizmin on iki aya yayılması) sağlanırken yıl boyunca sektörde yer alan işletmelerin de ekonomik kazanç elde etmesi sağlanabilecektir. Ayrıca şehirde yer alan üniversiteler sayesinde kongre, seminer ve iş turizmine yönelik daha fazla çalışmalar da yapılabilir. Alanya'daki turizm türlerinin çeşitlendirilmesi şehrin markalaşması ve bir bütün olarak pazarlanabilmesi açısından önem taşımaktadır. Alanya'da turizmin geliştirilmesi amacıyla alternatif turizm türlerine yönelik yeni alanların oluşturulması ve bu alanlara yapılacak olan yatırımların teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu anlamda turizm potansiyeli olan fakat yeterli çalışmaların yapılmadığı üçüncü yaş turizmi, agro turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi, spor turizmi, eko turizm gibi turizm türlerine yönelik olarak hizmet verecek olan işletmelere ve seyahat acentelerine teşvikler oluşturularak kolaylıklar (ruhsat, işletme belgesi vb.) sağlanmalıdır. Özellikle ülke genelinde önemli bir potansiyeli bulunan gastronomi konusunda önemli adımların atılması gerekmektedir. Şehirde öncelikle geleneksel bir gastronomi festivali başlatılmalıdır. Ayrıca ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenen gastronomi festivallerine doğrudan katılım sağlanarak tanıtım ve reklam konusunda yeni adımlar atılmalıdır. Bu gibi girişimler tarih/doğa turizmi vd. alanlarda da yapılmalıdır.

Alanya şehrinde çok sayıda antik kent, tarihi alan, ören yeri ve doğal cazibe alanları bulunmaktadır. Alanya'nın sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel kaynaklar incelendiğinde şehrin bu potansiyelinin gereğince değerlendirilmediği ve bu alanların turizm sektöründen yeterli pay almadığı düşünülmektedir. Bu amaç doğrultusunda ilgili kamu kurumları ve özel sektörde yer alan kuruluşların gerekli çalışmaları yapması ve bu alanların ivedilikle turizme kazandırılması gerekmektedir. Ayrıca şehrin sahip olduğu tarihi eserler, doğal alanlar, mağaralar ve mimari yapılar gibi kültürel değeri olan ürünlerin sürdürülebilir turizm amacı ile geliştirilmesi ve tanıtımlarının arttırılması gerekmektedir. Bu kapsamda

oluşturulacak politikalarda bu değerlerin tümünün ortaya çıkarılması, korunması ve tanıtımının yapılmasına yönelik çalışmalar yer almalıdır. Bu doğrultuda şehir halkının da uzmanlar tarafından bilinçlendirilmesi de gerekmektedir. Ayrıca turizm sektöründe kullanılan kaynakların koruma ve kullanma dengesinin oluşturulması gerekmektedir. Bu kaynakların turizm sektörü için sadece korunduğu süre zarfında önem taşıdığı unutulmamalıdır. Şehrin sahip olduğu doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilirlik ilkesine bağlı kalınarak yöre halkı ve şehre gelen turistler ile birlikte korunması gerekmektedir.

Çalışmada yapılan görüşmeler sonucunda tüm katılımcılar arasında Alanya'nın alternatif turizm çeşitlerinde büyük önem taşıdığı konusunda fikir birliği olduğu gözlemlenmektedir. Ancak şehrin alternatif turizm çeşitleri ile ön plana çıkabilmesi için; kültürel, doğal, tarihi, sosyal ve çevresel olan özgün değerlerinin korunarak devamlılığının sağlanması ve sürdürülebilirliğin oluşturulması gerekmektedir. Bir aktör veya belirli aktörler tarafından hazırlanan politikaların yeterli olamayacağı ve bütün süreci kapsamayacağından dolayı istenilen etki ve verim alınamamaktadır. Şehirdeki bütün aktörler arasında güçlü iletişim ağları oluşturulduktan sonra Alanya'nın alternatif turizm kapsamında yararlanılabilecek değerlerin çerçevesi belirlenmeli ve daha sonra bu çerçeveye bağlı kalacak şekilde turizm aktivitelerinin gerçekleştirilip geliştirilmesi gerekmektedir.

Yapılan çalışmada Alanya'da turizm; deniz, güneş ve kum üçlüsüne dayansa da alternatif turizm çeşitlerinin artırılmasına yönelik birtakım çalışmalar yapıldığı gözlemlenmektedir. Ancak bu konuda çalışmalar yapılsa da düzenli olarak bu alanlar özelinde bölgedeki bütün paydaşlar ile birlikte ilgili politikaların oluşturulamadığı da gözlemlenmektedir. Alternatif turizm kaynakları ile ilgili etkili politikaların oluşturulamaması sebebi ile bu alanlarda artan trafik sorunları, kültürel bozulma, çevre, deniz ve ses kirliliği gibi sorunlar dönem dönem karşımıza çıkmaktadır. Şehirde belirli dönemlerde yaşanan bu sorunların tüm turizm sektörünü olumsuz etkilediği gözlemlenmesine rağmen paydaşlar arasında etkili bir iş birliği sağlanarak aktif olarak çalışmaların yapılmadığı da görülmektedir. Yerel yönetim organları tarafından bu konuda yaşanan problemlerin en aza indirilebilmesi için planlamalar, uygulamalar ve projeler yapılsa da tüm paydaşlar aktif şekilde bu çalışmalarda yer alarak etkili politikalar hazırlanmadığı takdirde bu sorunların artarak devam edecektir. Sonuç olarak Alanya şehri incelendiğinde yerel turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanmasında bütün aktörlerin iş birliği içerisinde hareket etmediği ifade edilebilir. Ancak etkili yerel turizm politikalarının, yerel yönetimler de dahil olmak üzere tüm aktörlerle iş birliği içerisinde oluşturulup desteklenmesi



gerekmektedir. Bu bağlamda bu aktörlerin öncelikle örgütsel yapılarını etkin bir konuma getirmeleri, süreçlerin yönetilmesinde bilimsel yöntemlerden daha fazla yararlanmaları, paydaşlarına ve yerel halka karşı daha şeffaf hareket etmeleri sağlanmalıdır.

Bütün aktörlerin yerel turizm politikalarının geliştirilmesi, uygulanması, izlenmesi ve sürecin denetlenmesinde iş birliğinde koordineli şekilde hareket etmeleri gerekmektedir. Ayrıca turizm hizmetlerinin yürütülmesinde de benzer şekilde birlik ve aktif katılımın sürdürülmesi gerekmektedir. Bununla birlikte turizme yönelik destek, tanıtım ve katılım tedbirlerinin de niteliklerinin artırılması gerekmektedir. Bu bağlamda düzenlenen turizm organizasyonlarının ilgi çekici ve etkili bir şekilde tanıtılması önem arz etmektedir. Alanya'nın sanal ortamlarda ve sosyal medyada tanıtımını yapan web sitelerinin özenle hazırlanması ve bölgeye dair heyecan verici alanlar ve içeriklerin aktif olarak paylaşılması gerekmektedir. Ayrıca şehrin turizm potansiyelinin geliştirilmesi, tanıtılması ve markalaştırılmasına yönelik etkili politikaların geliştirilmesi ve uygulanması konusunda akademik çevrelerin teorik görüşlerine başvurulmalı ve bu görüşler doğrultusunda yerel politikalar hazırlanıp uygulanmalıdır.

Bu çalışmanın nitel araştırma yöntemleri çerçevesinde hazırlanmış olması ve kısıtlar göz önüne alındığında aşağıda ifade edilen konuların gelecekte farklı uzmanlar ve akademisyenler tarafından nitel olarak araştırılmasının yanı sıra nicel araştırma yöntemleri ile araştırılmasının daha kapsayıcı, bütüncül ve derinlemesine analizlerin yapılmasına fayda sağlayabileceği düşünülmektedir. Yapılan araştırma sonucu aktörler arası iletişim eksikliği yaşandığı ve dolayısı ile iş birliği ve koordinasyonun tam anlamı ile oluşturulmadığı söylenilebilir. Bu nedenle gelecek çalışmalarda aktörler arasında koordinasyon ve iletişim eksikliği arasındaki ilişkinin incelenmesi ve bu eksikliğin ortadan kaldırılıp koordinasyonun artırılması arasındaki ilişki incelenebilir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bir diğer eksiklik ise yerel politikaların oluşturulma aşamasında objektifliğin sağlanamamasıdır. Dolayısı ile politikaların oluşturulma ve uygulanma aşamasında tam olarak objektifliğin sağlanması ve aktörlerin bireysel çıkarlarını göz ardı etmesi için uygulanabilecek olan çalışmaların araştırılması önerilebilir. Çalışmada yer alan her bir aktörün Alanya'da uygulanan yerel turizm politikalarının oluşturulması aşamasındaki aldıkları rolü ortaya çıkarabilmek için birtakım konular araştırılabilir. Buna göre araştırılması önerilen konular şu şekilde sıralanabilir:

- Şehirde yer alan otel birliklerinin yerel turizm politikalarının oluşturulmasındaki rolü ve etkisi.

- Yerel yönetim organlarının yerel turizm politikalarının oluşturulmasındaki rolü ve etkisi.
- Turizm birliklerinin yerel turizm politikalarının oluşturulmasındaki rolü ve etkisi.
- Bu alanda çalışma yapan akademisyenlerinin yerel turizm politikalarının oluşturulmasındaki rolü ve etkisi.

Araştırmacılar tarafından paydaşlar özelinde yeni çalışmaların yapılmasının yanı sıra turizm türleri kapsamında da çalışmalar yapılması önerilmektedir. Alanya ile ilgili yerel düzeydeki turizm sorunları ve bunlar için hayata geçirilecek turizm politikalarının genel kapsamının yanı sıra daha dar kapsamlı alt boyutlarının geniş bir şekilde ele alınması literatüre zenginlik katacak, bu konuda yeni bulguların elde edilmesini sağlayacaktır. Ayrıca yapılan bu çalışmanın ileride farklı dönemlerde farklı araştırmacılar tarafından yenilenmesi; zaman ve şartlara göre değişim ve dönüşümün ölçülmesi açısından oldukça yararlı olacaktır.

## EKLER

### Ek-1: Görüşme Soru Formu

- 1-Alanya ile ilgili sizin kurumunuz ya da diğer kurumlar tarafında üretilen yerel turizm politikaları hakkında bilginiz var mı?
- 2-Alanya’da uygulanan yerel turizm politikalarının kurumunuz için yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
- 3-Alanya’da yerel turizm politikalarını uygulanmasında sorun/eksiklik yaşandığını düşünüyor musunuz?
  - a) Yaşanan sorunların hangi turizm çeşidinde olduğunu düşünüyorsunuz?
  - b) Bu sorunların çözümüne yönelik çözüm önerileriniz nedir?
- 4-Alanya’da yerel turizm politikalarının oluşumunda yer alan aktörlerin rollerini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- 5-Turizm politikası oluşturulması sürecinde aktörler arasında yeterli derecede koordinasyon ve iş birliği olduğunu düşünüyor musunuz?
  - a) Koordinasyon ve iş birliğinin hangi sebeplerden dolayı sağlanamadığını düşünüyorsunuz?
  - b) Bu konuda yaşanan sorunlara yönelik çözüm öneriniz nedir?
- 6-Alanya’da etkili yerel turizm politikasının uygulanmasında hangi konulara dikkat edilmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?

## **Ek-2: Gönüllü Katılımcı Bilgilendirme Formu**

Bu form “Alanya’da 2010 Yılı Sonrasında Yaşanan Yerel Turizm Politikası Sorunları ve Çözüm Önerileri” başlıklı hazırlanmakta olan yüksek lisans tez çalışması ile ilgilidir.

- ✓ Araştırmadan elde edilecek bulgular bilimsel ortamlarda tartışılacak ve yayınlanacaktır.
- ✓ Araştırmaya katılımınız gönüllük esasına dayanmaktadır.
- ✓ Görüşme süresinde istemediğiniz sorulara cevap vermeme veya görüşmeden çekilme hakkına sahipsiniz.
- ✓ Görüşme sonrası elde edilen veriler bilimsel amaçla kullanılacak olup, üçüncü kişiler veya kurumlar ile paylaşılmayacaktır.
- ✓ Görüşme yapılırken katılımcı izni alınarak ses, görüntü kaydı alınabilecek veya araştırmacı tarafından not tutulabilecektir.

### **Araştırmacı;**

Hilmiye KISA

Dumlupınar Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kamu Yönetimi

### **Ek 3: Katılımcı İzin Formu**

Bu formdaki imzam Hilmiye KISA tarafından yürütülen “**Alanya’da 2010 Yılı Sonrasında Yaşanan Yerel Turizm Politikası Sorunları ve Çözüm Önerileri**” adlı bilimsel çalışmaya katılmayı kabul ettiğimi gösterir. Bu araştırmadaki katılımım bireysel görüşmeyi içerecektir. Ayrıca bu araştırmaya katılmakla aşağıda belirtilen hususları anladığımı da beyan ederim.

1. Ben araştırma için bir gönüllüyüm ve istediğim zaman bu araştırmadan çekilebilirim.
2. Araştırmada fiziksel ve psikolojik bir zarar içeren hiçbir risk yoktur.
3. Araştırmada vereceğim bilgiler gizli olacaktır ve bütün veriler araştırmacı tarafından toplanıp analiz edilerek, 10 yıl saklandıktan sonra imha edilecektir.
4. Araştırma bittikten sonra istediğim takdirde araştırmacının bir özetini alabileceğim.
5. Araştırmada vereceğim bilgilere dayalı sonuçların bilimsel ortamlarda tartışılmasına ve yayınlanmasına izin veriyorum.

Ben.....(isim) görüşme ve gözleme katılmayı kabul ederim.

Katılımcının imzası

Tarih:

## KAYNAKÇA

- Ağbay, N. C. (2019). *Türkiye’de turizm politikasının oluşturulmasında yönetişimin uygulanabilirliği üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Ağbay, N. C., ve Karakılçık, Y. (2020). Turizm Politikasının Oluşturulmasında Yönetişim Uygulaması: Türkiye Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 248-269.
- Akdoğan, A. A. (2011). Türkiye’de Kamu Politikası Disiplinin Tarihsel İzleri. Kartal, F. (Ed.) *Türkiye’de Kamu Yönetimi ve Kamu Politikaları* (s. 75-98). Ankara: TODAİE.
- Akengin, H. ve Kaykı, A. (2013). Şehirleşme üniversite ilişkisine bir örnek: Gazimağusa, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 28 (1), 501-525.
- Akgül, B. M., Kaya, S., Ayyıldız, T. ve Karaküçük, S. (2017, 20 Mart). *Rekreasyon uzman adaylarının mesleklerine ilişkin algıları: Bir metaforik çalışma*. Erişim Adresi: <https://anatoliajournal.com/turizmkuiluyati/ulusalkongreler/rekreasyon4.pdf>.
- Akın, F. ve Kamışlı, M. (2009). Yükselen ve gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörünün ekonomik kalkınmaya etkileri: Türk turizmi üzerine bir değerlendirme, *ABMYO Dergisi*, 16(1), 16-29.
- Akış, A. (2007). Alanya’da turizm ve turizmin Alanya ekonomisine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilgiler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 15-32.
- Akman, E. (2015). *Türkiye’de kamu politikası ve kanun yapım sürecinin analizi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Akman, E. (2020). *Kamu politikası* (1. Basım). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Aköz, S. (2018). Politika Kavramının Siyaset Kavramı Yerine Kullanılması ve Bilimsellik Tartışmaları Bağlamında Devlet Olgusuyla İlişkisi. *Van Yüzcüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(5), 162-176.
- Alanya Belediyesi, (2017). *Mutfak mirası nedir?*. Erişim Adresi: <https://mutfakmirasi.alanya.bel.tr/P/22/Mutfak-Mirasi-Nedir>.
- Alanya Belediyesi, (2018). *Geleneksel lezzetler Alanya Kalesi’ndeki tarihi evde yaşatılacak*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/Haber/22454/geleneksel-lezzetler-alanya-kalesi-ndeki-tarhi-evde-yasatilacak>.

- Alanya Belediyesi, (2021). *Alanya, mavi bayraklı plaj sayısıyla Antalya'da 2. sırada*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/Haber/34759/ALANYA-MAVI-BAYRAKLI-PLAJ-SAYISIYLA-ANTALYA-DA-2--SIRADA>.
- Alanya Belediyesi, (2022). Grand prix Alanya uluslararası yol bisikleti yarışı. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/Haber/42195/GRAND-PRIX-ALANYA-ULUSLARARASI-YOL-BISIKLETI-YARISI-YAPILDI>.
- Alanya Belediyesi, (2023). *Alanya Belediyesi uluslararası katılımlı 15. yerel mavi bayrak sorumluları eğitimine katıldı*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/Haber/91233/ALANYA-BELEDIYESI-ULUSLARARASI-KATILIMLI-15--YEREL-MAVI-BAYRAK-SORUMLULARI-EGITIMINE-KATILDI>.
- Alanya Belediyesi, (2023a). *Turizm ve sanat festivali*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/Etkinlik/11567/TURIZM-VE-SANAT-FESTIVALI>.
- Alanya Belediyesi, (2023b). 32. *Alanya triatlonu*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/Haber/91173/32--ALANYA-TRIATLONU-BASLIYOR>.
- Alanya Belediyesi, (2023c). 8. *Gastro Alanya uluslararası yemek yarışması yarın başlıyor*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/Haber/92361/8--GASTRO-ALANYA-ULUSLARARASI-YEMEK-YARISMASI-YARIN-BASLIYOR>.
- Alanya Belediyesi, (2023d). *Başkan Yücel'den tokar çıkarması*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/Haber/86062/BASKAN-YUCEL-DEN-TOKAR-CIKARMASI--DUN-BURADAYDIK--BUGUN-BURADAYIZ--YARIN-DA-BURADA-OLACAGIZ>.
- Alanya Belediyesi, (2024). *Tarihçe*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.bel.tr/s/399/tarihce>.
- Alanya Kaymakamlığı, (2018a). *Alanya turizmine ve ülkemizin AB sürecine önemli katkılar sağlayacak*. Erişim Adresi: <http://www.alanya.gov.tr/alanya-turizmine-hem-de-ulkemizin-ab-surecine-onemli-katkilar-saglayacak>.
- Alanya Kaymakamlığı, (2018b). *İlçemiz turizm toplantısı*. Erişim Adresi: <http://www.alanya.gov.tr/ilcemiz-turizm-toplantisi>
- Alanya Kaymakamlığı, (2023). *2024 Avrupa Akdeniz spor başkenti Alanya seçildi*. Erişim Adresi: <http://www.alanya.gov.tr/2024-avrupa-akdeniz-spor-baskenti-alanya-secildi>.
- Alanya Kaymakamlığı, (2024). *İlçenin spor durumu*. Erişim Adresi: <http://www.alanya.gov.tr/ilcenin-spor-durumu>.

- Alanya Üniversitesi, (2024). Erişim Adresi: <https://www.alanyauniversity.edu.tr/tr>
- AlanyaCup, (2023). *Plaj Hentbolu Genel Bilgi*. Erişim Adresi: <http://alanyacup.com/Spor/16/Plaj-Hentbolu>.
- ALKÜ, (2019). *Alkü'de 2019 uluslararası kongreler yılı olacak*. Erişim Adresi: <https://www.alanya.edu.tr/haberler/alku-de-2019-uluslararasi-kongreler-yili-olacak/>.
- ALKÜ, (2024). Alanya Alaaddin Keykubat üniversitesi. Erişim Adresi: <https://www.alanya.edu.tr/>.
- Alpaslan, E.T. ve Aydın, H. D. (2021). Turizmin gelişmesinde kalkınma ajanslarının rolü: Dicle Kalkınma Ajansı örneği. *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences*, 4(3), 110-123.
- ALTAV, (2024). *Vakfın amacı*. Erişim Adresi: <https://www.altav.org.tr/index.php?pid=3&lng=1>
- ALTİD, (2020). *Hakkımızda*. Erişim Adresi: <https://www.altid.org.tr/hakkimizda/>.
- ALTİD, (2023). *Alanya'nın mavi bayrak sayısı 85*. Erişim Adresi: <https://www.altid.org.tr/genel/alanyada-85-mavi-bayrak-var/>.
- ALTİD, (2024). *Alanya sahilleri temizleniyor*. Erişim Adresi: <https://www.altid.org.tr/genel/alanya-sahilleri-temizleniyor-2/>.
- ALTSO, (2010). *Alanya'da spor turizminin gelişiminde yerel yönetimlerin rolü konulu toplantı raporu*. Erişim Adresi: <https://www.altso.org.tr/wp-content/uploads/2016/12/spor.turizmi.pdf>
- ALTSO, (2012). *Travelife denetçi eğitimi*. Erişim Adresi: <https://www.altso.org.tr/duyurular/travelife-denetci-egitimi/>.
- ALTSO, (2021). *Alanya ekonomik rapor 2020*. Erişim Adresi: <https://www.altso.org.tr/yayinlarimiz/alanya-ekonomik-rapor/alanya-ekonomik-rapor-2020/>.
- ALTSO, (2023a). *12. Yörex yöresel ürünler fuarı*. Erişim Adresi: <https://www.altso.org.tr/duyurular/12-yorex-yoresel-urunler-fuari/>
- ALTSO, (2023b). *Turizm eğitimleri*. Erişim Adresi: <https://altsoakademi.com/Egitim/12/turizm-egitimleri.html>
- ALTSO, (2024). *Tarihçe*. Erişim Adresi: <https://www.altso.org.tr/odamiz-hakkinda/tarihce/>.
- Anderson, J. E. (1979). *Public policy-making* (2<sup>st</sup> ed.). United States: Holt, Rinehart and Winston.
- Anderson, J. E. (2003). *Public Policymaking: An Introduction* (Fifth Edition). Boston: Houghton Mifflin Company.



- Anderson, J. E. (2011). *Public Policy Making* (7th ed.). Boston, Massachusetts, USA: Cengage Learning.
- Andriotis, K. and Styliadis, D. (2019). Introduction. K. Andriotis, D. Styliadis, & A. Weidenfeld (Eds.), *Tourism Policy and Planning. Implementation Issues and Challenges* (s. 1-21). *New York: Routledge*.
- Antalya Valiliği, (2003). *İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Antalya kültür envanteri (Alanya)* (1.Basım). Antalya: İl Özel İdaresi Kültür Yayınları.
- Antalya Valiliği, (2011). Antalya. *Antalya Kültür ve Turizm Dergisi*, 1(5), 1-18.
- Arabacı, H. (2018). Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 04 (03), 104-109.
- Arslan, F. (2023). Gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretli ürünlerin algılanma düzeyi: Antalya örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2023, 7(1), 1-8.
- Aslan, S. ve Taylan, Ö. (2016). AK Parti Dönemi din devlet ilişkileri ve laiklik politikaları. İçinde Aslan S, Demirhan Y. (Ed.), *Türk Siyasal Hayatında AK Parti Dönemi Kamu Yönetiminde Değişim, Kamu Politikaları, Kurumsal İlişkiler*, (s. 233-282). Bursa: Ekin Yayınevi
- Atalı, L. (2019, 19-22 Haziran). *Seçimi kazanan belediye başkanlarının spor ve rekreasyon projelerinin incelenmesi*. İçinde I. Önder, S. Beşoluk, H. Çalışkan ve E. Masal (Ed.) ERPA Uluslararası Eğitim Kongresi, (s. 281-289). Fraktal Psikoloji Yayıncılık, Erişim Adresi: [https://www.erpacongress.com/upload/dosya/erpa-2019\\_book-of-proceedings\\_08-08-2019\\_15d4be9c340974.pdf](https://www.erpacongress.com/upload/dosya/erpa-2019_book-of-proceedings_08-08-2019_15d4be9c340974.pdf)
- Atça Tonbil, S. (2019). *Türkiye’de turizm politikası ve planlaması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aytüre, S. (2013). Avrupa Birliği’nde Kırsal Turizm Politikası ve Aksaray’da Uygulanabilirliği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 7-23.
- Babahanoğlu V. ve Örselli E. (2016). Kamu Politikası Türkiye’de Uyuşturucu İle Mücadelede Uygulanan Politikalar ve Toplumsal Algı, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Babaoğlu, C. (2017). Kamu politikası analizine yönelik kavramsal ve kuramsal bir çerçeve. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15(30), 511-532.
- Babaoğlu, C. ve Akman, E. (2018). Kamu politikası analizi disiplini ve Türkiye’de gelişim süreci. Babaoğlu, C. ve Akman, E. (ed). *Kamu*

- politikaları analizi- Türkiye uygulamaları.* (s.1-11). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Bahar, O. ve Bozkurt, K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 255-265.
- BAKA (2024). *Genel Bilgiler*. Erişim Adresi: <https://baka.ka.gov.tr/>.
- Baka, (2017). *Faaliyet raporu*. Erişim Adresi: <https://baka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/15193909402017YiliFaaliyetRaporu.pdf>.
- BAKA, (2020.) *Alternatif turizm*. Erişim Adresi: <https://baka.gov.tr/alternatif-turizm>.
- BAKA, (2023). *Proje haritası*. Erişim Adresi: <https://baka.gov.tr/projeharitasi>.
- Baker, C., Wuest, J. and Stern, P.N. (1992). Method slurring: the grounded theory/ phenomenology example. *Journal of Advanced Nursing*, 17 (1), 1355-1360.
- Bardakoğlu, Ö. (2011). *Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Çalışması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Başdoğan, G. (2019). Merkezden taşraya turizm politikalarının yansımaları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 69-88.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Batuhan, T. (2018). 3. Turizm Şûrası Kararlarının Turizm Planlaması ve Politikası Çerçevesinde Değerlendirilmesi. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 58-69.
- Bayoğlu, E. (2012). Platon ve Aristoteles'in Devlet Anlayışlarının Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Bayrakdar, C., Çılğın, Z. ve Keserci, F. (2020). Traces of late quaternary glaciations and paleoclimatic interpretation of Mount Akdağ (Alanya, 2451 m), Southwest Turkey, *Mediterranean Geoscience Reviews*, 2 (1), 135–151.
- Belediye Kanunu, (2005, 3 Temmuz). *T.C. Resmî Gazete*. (Sayı 25874).
- Berg, B.L. and Lune H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (1. Basım). Konya: Eğitim Kitabevi.

- Bertan, S. (2009). Turizmin Çevre Üzerinde Yarattığı Etkiler: Pamukkale Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 204-214.
- Björk, P. ve Kauppinen-Räisänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 28(1),177-194.
- Boğan, E. ve Saruışık, M. (2016). Yerel halkın turizm faaliyetine yönelik görüş ve algılamalarının belirlenmesi üzerine Alanya’da bir araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 325-342.
- Bramwell, B. and Lane, B. (1999). Editorial. *Journal Of Sustainable Tourism*, 7(3-4),52-62.
- Briassou, H. and Straaten, J. V. (2000). Tourism and the environment: an overview. In H. Briassou, and J. V. Straaten (Ed.), *Tourism and the environment: regional, economic, cultural and policy issues*, (p. 1-19). New York: Springer Science Business Media Dordrecht.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. B., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (1. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyükaşahin, M. (2021). *Alanya’da ekolojik çevrenin medikal ve rehabilitasyon turizmi sürdürülebilirliği üzerine etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Alanya.
- Büyükşehir Belediye Kanunu. (2004, 10 Temmuz). *T.C. Resmî Gazete*. (Sayı 25531).
- Can, E. (2015). Boş Zaman, Rekreasyon ve Etkinlik Turizmi İlişkisi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 1-17.
- Ceyhan, E. (2011). *Politika nedir?*. Erişim Adresi: <http://Blog.Milliyet.Com.Tr>
- Civelek, A. (2010). Turizmin sosyal yapıya ve sosyal değişmeye etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 331-350.
- Cochran, C. L. and Malone, E. F. (2010). *Public policy: perspectives and choices* (4<sup>st</sup> ed.). London: Lynne Rienner Publishers.
- Coltman, M. M. (1989). Introduction to travel & tourism: an international approach (1<sup>st</sup> ed.). *USA: Van Nostrand Reinhold*.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri* (3. Basım). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cucinotta D. and Vanelli M. (2020). WHO Declares COVID-19 a Pandemic. *Acta Biomedica*, 91(1),157-60.

- Çakır, H. M. (2018, 30 Kasım). Cumhurbaşkanlığı Sisteminde Yürütme Sempozyumu Bildiri Kitabı. İçinde T. Yıldırım, H. N. Yaşar, Z. Aslan, E. Bülbül ve B. Dinçkol (Ed.), Cumhurbaşkanlığı sisteminde cumhurbaşkanı – bakan ilişkisi, (s. 35-55). İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınları
- Çerçi, A. (2015). Türkçe öğretmenlerinin öğrencilerin konuşma becerisini ölçme ve değerlendirmeye ilişkin görüşleri. *Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(4), 186-204.
- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda turist-yerli halk etkileşimi ve turizmin sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 15-32.
- Çevik, H. H. (1998). Kamu Politikaları Üzerine Türkiye Açısından Bir Değerlendirme. *Amme İdaresi Dergisi*, 31(12), 103-112.
- Çevik, H. H. ve Demirci, H. S. (2012). *Kamu Politikası* (2. Basım).. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Çiçek, A. (2022a). Türkiye'deki siyasi partilerin yerel yönetim tasavvurları. K. A. Demir ve A. Çiçek (Ed.), *Türk Yerel Yönetimleri* (s. 3-50). Ankara: Orion Yayıncılık.
- Çiçek, Ali (2022b). Demokrasi, yerel yönetimler ve siyasal katılma. K. A. Demir ve A. Çiçek (Ed.), *Türk Yerel Yönetimleri* (s. 25-47). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çoban, Ş. (2023). Alanya'ya "Akdağ" uyutması. Erişim Adresi: <https://www.yenialanya.com/haber/18197442/alanyaya-akdag-uyutmasi>.
- Deery, M., Jago, L., and Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64- 73.
- Demir, F. (2011). Kamu Politikası ve Politika Analizi Çalışmalarının Teorik Çerçevesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 107-120.
- Demir, M., Günaydın, Y. ve Şen Demir, Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6 (1), 80-107.
- Demir, Ş., ve Karakuş, T. (2016). Bölgesel Kalkınma Ajanslarında turizm faaliyetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2 (1), 42-42.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 29-34.

- Dhiman, M. C. (2017). *Opportunities And Challenges For Tourism And Hospitality In The BRIC Nations* (1<sup>st</sup> ed.). Hershey: IGI Global.
- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik yönetim ve işletme politikası* (3. Basım). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Doğan, B. B. ve Aslan, A. (2019). Türkiye'de sağlık turizminin mevcut durumu ve ülke ekonomisine katkıları. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18), 390-418.
- Doğan, H., Üngören, E. ve Yelgen, E. (2010). Alanya turist profiline yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 79-100.
- Doğruol, D. (2021). 1990 İle 2021 Yılları Arasında Yaşanan Krizlerin Türkiye Turizm Sektörüne Etkileri. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 96-109, 2021.
- Dökdök, A. (2019). *Alanya'da hedef kongre turizmi*. Erişim Adresi: <https://antalyases.com.tr/tr/news/alanyada-hedef-kongre-turizmi-9242.html>.
- Dredge, D., ve Lawrence, M. (2007). Tourism Policy And Planning Processes. D. Dredge, & J. Jenkins (Ed.). *Tourism Planning And Policy* (p. 191-224). Australia: John Wiley & Sons.
- Du Rand, G., ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Duman, M. S. (2021). *Alanya'da turizmin kentsel kültürel doku üzerindeki etkileri* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Dunn, W. N. (2018). *Public Policy Analysis: An Integrated Approach* (1<sup>st</sup> ed.). New York: Routledge.
- Dursu, D. (2014). *Siyaset Bilimi* (7. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Dwyer, L., Forsyth, P., and Dwyer, W. (2010). Tourism economics and policy (1<sup>st</sup> ed.). *Bristol: Channel View Publications*.
- Dye, T. R. (2013). *Understanding Public Policy* (14<sup>st</sup> ed.). USA: Pearson Education.
- Dye, T.R. (1992). *Understanding public policy*. (7<sup>st</sup> ed.). United States: Simon & Schuster Company.
- Easton, D. (1959). *The Political System: An Inquiry Into The State Of Political Science*(1<sup>st</sup> ed.). New York: Alfred A. Knopf.
- Easton, D. (1979). *A Framework For Political Analysis* (1<sup>st</sup> ed.). Chicago: The University Of Chicago Press.

- Erat, V. (2016). *Bir Kamu Politikasının Analizi: Türkiye’de Bilim* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Eren, E. (2010). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası* (8. Basım). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Ergun, T. (2004). *Kamu Yönetimi* (1.Basım). Ankara: TODAİE.
- Eyestone, R. (1971). *The Threads of Public Policy: A study in Policy Leadership*(1<sup>st</sup> ed.). Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Fırat Kalkınma Ajansı Araştırma Raporları, (2016). *Yapı işletme devret modelinde uygulanan usul ve esasların kalkınma ajansları açısından analizi*. Erişim Adresi: fka.gov.tr/Arastirma-Raporlari-Detay.
- Fischer, F. (1995). *Evaluating Public Policy* (1<sup>st</sup> ed.). Chicago:Nelson-Hall Publishers.
- Friedrich, C. J. (1963). *Man and His Government*. New York: McGraw-Hill Book Co.
- García, F. A. (2018). Analysis of tourism policy in a developing country: the case of morocco. *Journal Of Policy Research In Tourism, Leisure And Events*, 10(1), 48- 68.
- Gerston Larry N., *Public Policymaking in a Democratic Society A Guide to Civic Engagement*, New york, 2002, s. 3.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism* (1<sup>st</sup> ed.). New York: Cognizant Communication Corporation.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (12<sup>st</sup> ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Göçoğlu, V. (2014). *Kamu politikası ve sosyal medya ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Göçoğlu, V. (2018). *Türkiye’nin Siber güvenlik politikalarının kamu politikası analizi çerçevesinde değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Göçoğlu, V. ve Aydın, M. D. (2015). Kamu politikası ve sosyal medya ilişkisinin toplumsal hareketler bağlamında incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 880-901.
- Gönültaş, Y. C. ve Yaylı, H. (2023). Yer yönünden yerinden yönetim kuruluşları: Tarihsel süreç, kurumsal yapılanma ve işleyiş. Özer M.A., Pustu Y. ve Bayansar R. (ed), *Cumhuriyetin 100. yılında Türk devlet teşkilatının anatomisi ve fizyolojisi teorik çerçeve, yapı ve işleyiş*. (s. 491-525) Ankara: Yetkin Yayınları.

- Göktürk, G. (2016). *Siyasal partilerin doğuşu: tarihsel ve toplumsal kökenleri. Ekonomi, Kültür ve Toplum Dergisi*, 54(1) 245-27.
- Guzman, T. L., Gálvez, J. C. P. ve Fernandez, G. A. M. (2017). Satisfaction, motivation, loyalty and segmentation of tourists in world heritage cities. *Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 16(1):73-86.
- Güçlü, A. (2021). *Türkiye’de turizm politikaları kapsamında yerel yönetimlerin turizm sektörüne yönelik uygulamalarına turizm işletmelerinin bakış açısı: Alanya örneği* (Yayınlanmış Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Güçlü, H. (2006). *Turizm Sektöründe durumsal faktörlerin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi* (Yayınlanmış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Güden, D. (2020). *Gastronomi festivallerinin ortaya çıkışı, yönetimi ve stratejiler üzerine Alanya’da nitel bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Gül, H. (2012). *Kentleşme, çevre, yerel politika ve sürdürülebilirlik* (1. Basım). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gül, H. (2015). Kamu Politikası Analizi, Yöntemleri ve Teknikleri. *Yasama Dergisi*, 29(5), 5-31.
- Güler, E. ve Çiçek, A. (2023). Türkiye’de hükümet sistemlerinin yerel yönetimler üzerindeki etkisi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 6(2), 439-449. <https://doi.org/10.33712/mana.1274880>.
- Haley, A. J. Snaith, T., and Miller, G. (2005). The Social Impacts of tourism: a case study of Bath, Uk. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647-668.
- Hall, C. M. (2005). The Role Of Government İn The Management Of Tourism: The Public Sector And Tourism Policies. L. Pender, and R. Sharpley (Ed.) *The Management Of Tourism* (s. 217-231). London:SAGE Publications.
- Heclo, H. (1978). The New American Political System. A. K. (Editör) içinde, Issue Networks and Executive Establishment (87-124). Washington, D.C.: American Enterprise Institute.
- Henry, N. (2004). Public Administration and Public Affairs. New Jersey, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Hogwood, B. W., and Gunn, L. A. (1991). *Policy Analysis For The Real World* (1<sup>st</sup> ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Holden, A. (2016). *Environment and tourism* (1<sup>st</sup> ed.). New York: Routledge.
- Hornig, J. S., Su, C.S. and So, S.I.A. (2013). Segmenting food festival visitors: applying the theory of planned behavior and lifestyle. *Journal Of Convention & Event Tourism*, 14(3):193-216.

- Hornig, J.-S. & Tsai, C. T. (2012). Culinary tourism strategic development: an Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism Research*, 14(1), 40-55.
- Ingles, P. (2002). Welcome to my village: hosting tourists in the Peruvian Amazon. *Tourism Recreation Research*, 27(1), 53-60.
- İbiş, S. (2020). Gastronomi turizmi potansiyelinin tespiti ve geliştirilmesi kapsamında balıkesir’ın değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1) 87-104.
- İl İdaresi Kanunu. (1949, 10 Haziran). *T.C. Resmî Gazete*. (Sayı 5442).
- İpek, E. A. Ş. (2013). Kamu kurumlarının etkinliği sorunsalı. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(35), 28-53.
- İslamoğlu, A. H. (2011). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (2. Basım). *İstanbul: Beta Yayıncılık*.
- Jasper, M. A. (1994). Issues in phenomenology for researchers of nursing. *Journal of Advanced Nursing*, 19(1), 309- 314.
- Jenkins, W. L. (1978). *Policy Analysis* (1<sup>st</sup> ed.). Londra: Martin Robertson.
- Kaçmaz, Y. Y. (2014). *Engelli bireylerin turizm deneyimlerine yönelik bir araştırma: Alanya örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kapani, M. (2008). *Politika Bilimine Giriş* (21. Basım). İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Kaptı, A. (2013). Kamu Politikası Sürecinde Klasik Yaklaşım Modeli. A. Kaptı (Ed.). *Kamu Politikası Süreci: Teorik Perspektifler, Modeller, Analiz Yöntemleri* (s. 25-46). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kar, M., Zorkirişçi, E., ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(8),87-112.
- Karadeniz, O. (2016). *Türkiye’de inovasyon ve kamu politikası* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karaman, N. (1997). *Turizm yatırım projeleri analizi* (1. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karasar, N. (2005). Bilimsel araştırma yöntemi (14. Basım). *Ankara: Nobel Yayın Dağıtım*.
- Kılıç, S., ve Demir, S. (2017). Turizm Pazarlamasında Yerli Turistlerin Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Sinop İli Örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 71-98.



- Kırışık, F. ve Öztürk, K. (2022). Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde cumhurbaşkanı yardımcısı sayısı sorunu: bir model önerisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 71(1), 198-213.
- Kısa, H., Özgen Çiğdemli, A. Ö. ve Güçlü, A. (2021). Turizmde Teknoloji Kullanımı ve Akıllı Turizm. M. Kocaoğlu, S. Usta (Ed.). *Kurumsal Bilgi Yönetimi: Teknolojik Eğilimler* (s. 487-508). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kim, Y.H., Duncan, J.L. ve Jai, T.M.C (2014). A Case study of a southern food festival: using a cluster analysis. approach. *Anatolia: An International Journal Of Tourism And Hospitality Research*, 25:(3):457-473.
- Kocaman, S. (2012). Destinasyon yönetimi kapsamında marka kimliğine etki eden faktörlerin marka imajına etkisi: Alanya örneği (Yayımlanmış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Koch, T. (1995). Interpretive approaches in nursing research: the influence of Husserl and Heidegger. *Journal of Advanced Nursing*, 21(5), 827-836.
- Kokkranikal, J., Cronje, P. ve But, R. (2011). Tourism Policy and Destination Marketing in Developing Countries: The Chain of Influence. *Tourism Planning & Development*, 8(4), 359-380.
- Kokkranikal, J., Cronje, P. ve But, R. (2011). Tourism policy and destination marketing in developing countries: the chain of influence. *Tourism Planning & Development*, 8(4), 359-380.
- Korkmaz, Z. (2019). Yerel düzeyde kamu politikası oluşturulması Karşıyaka belediyesi örneği (Yayımlanmış Yüksek Lisan Tezi). Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Kozak, M. A., Evren, S., ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar* (1.Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2017). *Genel turizm: ilkeler-kavramlar* (19 Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köktaş, Ö. F. (2015). Kamu politikası yapım sürecinde düşünce kuruluşlarının rolü ve etkinliği: Seta Vakfı örneği (Yayımlanmış Yüksek Lisan Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 91-112.
- Kraft, Michael E. ve Furlong, Scott R. (2018), *Public Policy: Politics, Analysis, and Alternatives* (1<sup>st</sup> ed.). Thousand Oaks, California: CQ Press.

- Kutay, A. (2023). *Alanya'ya 3'üncü üniversite geliyor*. Erişim Adresi: <https://www.buyukalanya.com/alanyaya-3uncu-universite-geliyor/212993/>.
- Kuzkaya, Ü. (2022). Sağlık turizmi paydaşlarının sağlık turizmi potansiyel ve uygulamalarına yönelik tutum, yaklaşım ve önerileri: Alanya örneği (Yayınlanmış Doktora Tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Alanya.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2023). *Turizm gelirleri ve giderleri*. Erişim Adresi: <https://engelsiz.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.htm>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2024). *Turizm istatistikleri*. Erişim Adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>.
- Lasswell, H. (1951). *The policy orientation*. In D. Lerner ve H. Lasswell (Ed.) *The Policy Sciences: Recent Developments in Scope and Method* (p. 10-25). Kaliforniya: Stanford University Press.
- Lasswell, H. ve Kaplan, A. (1950). *Power and Society* (1<sup>st</sup> ed.). New Haven-Connecticut: Yale University Press.
- Lavender, Wayne (2009). *Worldview and Public Policy: From American Exceptionalism to American Empire*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Fairfax, VA: George Mason University
- Leiper, N. (2004). *The Framework Of Tourism: Towards A Definiton Of Tourism, Tourist And Tourist Industry*. S. Willams (Ed.) In *Tourism: The Nature And Structure Of Tourism* (p. 25-44). London And New York: Routledge.
- Malik, M. A., Shah, S. A., and Zaman, K. (2016). *Tourism in Austria: biodiversity, environmental sustainability and growth issues*. *Environmental Science and Pollution Research*, 23(23), 24178–24194.
- Martins, M. (2016). *Gastronomic tourism and the creative economy*. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 2(2), 33-37.
- Mbaiwa, J. E. (2005). *The socio-cultural impacts of tourism development in the Okavango Delta, Botswana*. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2(3), 163- 185.
- Mcintosh, R. ve Gupta G., (1980). *Tourism: principles, practices, philosophies* (3<sup>st</sup> ed.). USA: John Wiley & Sons, Inc., 1995.
- Mény, Y. ve Thoenig, J.-C. (1989). *Politiques Publiques*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Mercan, Ş. O. (2010). *Sürdürülebilir turizm kapsamında bölgesel planlama ve turistik ürün oluşumu: Altınoluk örneği üzerine bir araştırma*

- (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Miles, M. B. and Huberman, M. A. (2016). *Nitel veri analizi* (2 Basım). Ankara: Pegem Akademi.
- Miller, S. (2003). Analysis of phenomenological data generated with children as research participants. *Nurse Researcher*, 10(4), 68-82.
- Nacak, O. (2015). *Yeni kamu yönetimi ve Türkiye’de kamu politikalarının oluşturulması: aktör temelli bir analiz* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Nadel, M. V. (1975). The Hidden Dimension of Public Policy: Private Governments and the Policy- Making. *The Journal of Politics*, 37(1), 2-34.
- Nebioğlu, O. (2017). Gastronomik kimlik ve gastronomik turizm ürünlerinin sınıflandırılması üzerine. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 5(2), 39- 60.
- Ohlan, R. (2017). The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*, 3(1), 9-22.
- Oktayer, N. ve Susam, N. (2007). Türkiye Ekonomisinde Genel Bütçe Vergi Gelirleri İçinde Dolaysız ve Dolaylı Vergiler (1995-2005). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 105-123.
- Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması* (1 Basım). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm ekonomisi* (1.Basım). İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. (2012, 6 Aralık). *T.C. Resmî Gazete* (Sayı 28489).
- Onat Kocabıyık, O. (2016). Olgubilim ve gömülü kuram: bazı özellikler açısından karşılaştırma. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 55-66.
- Öktem, M. K., Göçoğlu, V. ve Tunç, Ş. (2016). Kardeş şehir uygulamalarının yerel politika transferine etkisi: Alanya-Gladbeck araştırması. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 25(4), 49-86.
- Özçoban, E. (2019). Türkiye’de kış turizmi ve erciyes kayak merkezi üzerine bir değerlendirme. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(3), 1606-1625.
- Özdemir, C. (2013). *Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın turizm sektörüne yönelik verdiği ön büro işbaşı eğitiminin iş görenlerin mesleki gelişimine etkisi*

- (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Özkan, A.H. (2005). *Ekolojik Mimarlık Çerçevesinde Alanya'daki Turizm Olgusunun İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özkan, Ö. ve Kaya, Ş. Ş. (2015). Bilimsel Makalede “Sınırlılıklar” Neden ve Nasıl Yazılır?. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 14(6), 496-505.
- Öztürk, H. (2010). *Türk kamu yönetiminde stratejik planlama: Kültür ve Turizm Bakanlığı örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Öztürk, H. K. Mutlu Öztürk, H., ve Dombaycı, A. (2018). Turizm sektöründe enerji tüketimi ve enerji tasarruf olanakları. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 17-28.
- Page, E. C. (2008). The Origins of Policy. E. C. Page içinde, *The Oxford Handbook of Public Policy* (207-227). New York: Oxford University Press.
- Pal, L. (1989). *Public Policy Analysis an Introduction* (1<sup>st</sup> ed.). Calgary: Nelson.
- Pal, L. A. (2006). *Beyond Policy Analysis: Public Issue Management In Turbulent Times* (1<sup>st</sup> ed.). Canada: Nelson.
- Parlak, B. (2011). *Kamu Yönetimi Sözlüğü* (1.Basım). Bursa: MKM Yayıncılık.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (2 Basım). Ankara: Pegem Akademi.
- Pelit, E., ve Çetin, A. (2020). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevi Olarak İnsan Kaynakları Planlaması ve Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (2), 1268-1287.
- Peters, G. B. (1993). *American Public Policy: Promise and Performance* (3. Baskı). Chatham-New Jersey: Chatham House.
- Peters, B. G. (2013). *American Public Policy: Promise and Performance* (9<sup>st</sup> ed.). Los Angeles: Sage Publications
- Pons-Morera, C., Canós-Darós, L., & Gil-Pechuan, I. (2018). A model of collaborative innovation between local government and tourism operators. *Service Business*, 12(1), 143-168.
- Rahmaloroğlu, S. Y. (2019). *Dünya’da ve Türkiye’de Golf Turizmi: Antalya Destinasyonu Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Ripley, R. B. ve Franklin, G. A. (1987). *Congress, the Bureaucracy, and Public Policy* (4.Baskı). Chicago: Dorsey Press.

- Sağlık Bakanlığı, (2021). *Sağlık turizmi yetki belgesi almaya hak kazanan sağlık Tesisleri*. Erişim Adresi: <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-67458/bakanligimizca-yetkilendirilmissaglik-tesisleri-icin-tiklayiniz.html>
- Salisbury, R. H. (1995). *The Analysis of Public Policy: A Search for Theories and Roles*. S. Theodoulou ve M. A. Cahn içinde, *Public Policy: The Essential Readings (151-175)*. Upper Saddle River-New Jersey: Prentice Hall.
- Sarı, C. (2010). Alanya ilçesinin alternatif turizm kaynakları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 1-28.
- Saruhan, Z. (2019). *Alanya’da turistik ürün oluşturmada yerel halkın faaliyetleri ve turistlerin yöresel ürünlere yönelik tutumları* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Satıcı, M. (2015). Ahlak-Politika İlişkisi Açısından Machiavelli’nin Politika Teorisi. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 113-130.
- Schneider, A. ve Ingram, H. (1992). The Social Construction of Target Populations: Implications for Politics and Policy. *American Political Science Review*, 87, no. 2, 334–48.
- Sezgin, O.M. (2001). *Genel turizm ve turizm mevzuatı* (1.Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Shanka, T., ve Taylor, R. (2002). Attributes for staging successful wine festivals. *Event Management*, 7(3), 165– 175.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism* (1<sup>st</sup> ed.). London: SAGE Publications.
- Smith, B. C. (1976). *Policy Making in British Government*. London: Martin Robertson.
- Solmaz, C. (2012). *Turizm politikalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rolü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye’de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 1-18.
- Starks, H. ve Trinidad, S. B. (2007). Choose your method: a comparison of phenomenology, discourse analysis, and grounded theory. *Qualitative Health Research*, 17(10), 1372-1380.
- Sunlu, U. (2003). *Environmental impacts of tourism*. In D. Camarda, & L. Grassini (Ed.) *Local Resources And Global Trades: Environments And Agriculture In The Mediterranean Region* (p. 263-270). Bari: CIHEAM.
- Şahin, A. ve Önder, S. (2008). Peyzaj mimarlığı tasarım sürecinde bilgisayar kullanım olanaklarının Alanya Atatürk Parkı örneğinde irdelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(46), 26-35.

- Şahin, G. G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak “gastronomi turizmi”: İstanbul’un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı, (2006). *Avian influenza (kuş gribi) hastalığının Türk ekonomisi üzerindeki etkileri*. Erişim Adresi: <https://www.mfa.gov.tr/avian-influenza-kus-gribi-hastaliginin-turk-ekonomisi-uzerindeki-etkileri-tr.mfa>
- Tamzok, N. (2007). *Kamu politikası analizi: elektrik enerjisi sektörü* (Yayımlanmış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- TDK. (2023). *Büyük Türkçe Sözlük, Türkiye*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Tellioglu, S., ve Şimşek, N. (2016). Dünyada ve Türkiye’de engelli dostu turizm. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(33), 552-567.
- Topallı, N. (2015). Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: 1963-2011. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 14(1), 339-352.
- Tuncel, V. (2019). Kalkınma Planlarının Turizm Politikaları Perspektifinde Değerlendirilmesi. *Tourism And Recreation*, 1(2), 58-66.
- Turan, A. (2023). Türkiye’de göç yönetimi: “Ekonomi ve güvenlik” kaynaklı göçleri siyasi kararlar üzerinden düşünmek. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 25(44), 622-649.
- Turan, M. (2018). Türkiye’nin yeni yönetim düzeni: Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(3), 42-91.
- Türk, A. ve Seydioğulları, H. S. (2018). Kent kimliğinin kent meydanlarına yansımaları: Alanya İskele-Rıhtım Bölgesi örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi* 9(Ek Sayı 1), 205-215.
- Türkdoğan, O. (2003). *Bilimsel Araştırma Metodolojisi* (4. Basım). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Türker, N., Selçuk, Ş., ve Özyıldırım, A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 1-13.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. (198,2 18 Ekim). *T.C. Resmî Gazete* (Sayı 17863).
- Türofed, (2024). *Hakkımızda*. Erişim Adresi: <https://www.turofed.org.tr/hakkimizda>
- Türsab, (2019). *Türkiye seyahat acenteleri birliği iç tüzüğü*. Erişim Adresi: <https://www.tursab.org.tr/tuzukler/tursab-i-tuzugu>

- Unur, K. (2004). Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (4),114-142.
- Uslu, Y. (2019). *Marka şehir oluşumunda internet ve sosyal medya etkisi: Alanya örneği* (Yayınlanmış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Usta, A. (2013). Kamu Politikaları Analizine Kuramsal Bir Bakış. *Yasama Dergisi*. 1(24), 78- 102.
- Usta, A. (2014). Yeni kamu yönetiminde politikaların değerlendirilmesi: tipojiler, boyutlar ve ölçütler. *Sayıştay Dergisi*, 94(5), 5-27.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm* (1.Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzun, H. (2021). *Kamu politikası analizi: Türkiye'nin kamu özel iş birliği politikası* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ünal, M. C. (2013). *Kamu politikasında tipolojik yaklaşımlar*, kamu politikası süreci, (1.Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Ünlüönen, K., ve Şahin, S. Z. (2011). Turizmde İstihdam. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 1-25.
- Veal, A. J. (2018). *Research Methods for Leisure and Tourism* (1<sup>st</sup> ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Weaver, D. ve Lawton, L. (2014). *Tourism Management* (5<sup>st</sup> ed.). Milton: John Wiley & Sons.
- Wilson, R. P. (2006). Policy Analysis as Policy Advice. M. Moran, M. Rein, R. E. Goodin (ed.). *In The Oxford Handbook of Public Policy*. (p. 152–168). New York: Oxford University Press.
- Wong, P. P. (2004). Environmental Impacts Of Tourism. In A. A. Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams (Ed.), *A Companion To Tourism* p. 450-461). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
- WTTC. (2017). *The Economic Impact of Travel & Tourism. World Travel and Tourism Council*.. Erişim Adresi <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, M. (2012). Yeni kamu politikaları ve kamu yönetimi: Kamu yararı açısından bir inceleme. Parlak, B. (ed). *Kamu Politikalarında Dönüşüm: KAYFOR 2012 Bildiriler Kitabı*. (s.223-244). Ankara: TODAİE.

- Yıldız, M. (2011). *Türkiye bilimler akademisi Kamu politikası*. Erişim Adresi: [https://acikders.tuba.gov.tr/pluginfile.php/3875/mod\\_resource/content/1/ENSON%20KP%20DERSI1%20KP%20NEDIR.pdf](https://acikders.tuba.gov.tr/pluginfile.php/3875/mod_resource/content/1/ENSON%20KP%20DERSI1%20KP%20NEDIR.pdf).
- Yıldız, M. ve Avcı, M. (2023). Kamu yönetiminde demokratik dönüşümün konusu olarak mülki idare sistemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(100), 382-402.
- Yıldız, M. ve Sobacı, M. Z. (2013). Kamu politikası ve kamu politikası analizi. Yıldız, M. ve Sobacı, M., Z. (ed). *Kamu politikası: Kuram ve uygulama* (s.16-42). Ankara: Adres Yayınları.
- Yılmaz, V. (2021). Medikal turizmde destinasyon rekabetçiliğinin belirlenmesi: Alanya örneği (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Yılmaz, V. ve Mecek, M. (2021). Kamu yönetiminde değişim olgusu: global trendler ve yeni paradigmlar. İçinde. B. Akıncı (Ed.). *Kavram ve Kuramsal Açıdan Türkiye’de Dijital Kamu Yönetimi ve Dönüşümü* (s. 103-137). Ankara: Nobel Yayınları.
- Yüksel, A., Yüksel, F., ve Çulha, O. (2012). Ministers’ statements: a policy implementation instrument for sustainable tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 513-532.
- Zaman, K., Moemen, M. A.-E., and Islam, T. (2017). Dynamic linkages between tourism transportation expenditures, carbon dioxide emission, energy consumption and growth factors: evidence from the transition economies. *Current Issues in Tourism*, 20(16), 1720-1735.
- Zengin, B. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5(1), 102-126.
- 1 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi. (2008 7 Temmuz). *T.C. Resmî Gazete* (Sayı 30474).



## DİZİN

### A

Açık uçlu sorular, 87

Alanya, 1, 7, 4, 44, 45, 46, 47, 48,  
49, 50, 51, 52, 57, 58, 59, 60, 61,  
62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71,  
72, 73, 74, 76, 77, 78, 80, 81, 85,  
87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96,  
97, 98, 99, 100, 101, 102, 104,  
105, 106, 108, 109, 110, 111,  
112, 113, 114, 115, 116, 118,  
119, 120, 121, 122, 125, 126,  
128, 129, 131, 132, 133, 134,  
136, 140, 144, 145, 146, 147,  
149, 150, 151, 152, 154, 155,  
156, 157, 158, 160, 163, 164,  
165, 166, 167, 168, 169, 170,  
172, 173, 174, 175, 176, 177,  
178, 179, 180, 181

Alanya Belediyesi, 44, 46, 48, 51,  
52, 61, 67, 68, 70, 73, 77, 78, 80,  
81, 98, 111, 112, 148, 163, 164

Alanya Kaymakamlığı, 52, 59, 60,  
68, 70, 71, 76, 81, 111, 164

ALTAV, 7, 50, 64, 66, 70, 73, 89,  
90, 92, 93, 108, 111, 114, 119,  
129, 165

ALTİD, 7, 64, 65, 67, 68, 70, 73,  
81, 89, 90, 92, 97, 106, 108, 111,  
113, 114, 118, 165

ALTSO, 7, 44, 57, 58, 59, 64, 66,  
69, 73, 76, 81, 89, 111, 165

Anayasa, 16, 17, 54

Antalya Büyükşehir Belediyesi, 52,  
60, 70, 71, 112

### B

**BAKA**, 53, 63, 69, 74, 167

bakan, 105

Bürokrasi, 15, 17

### C

Cumhurbaşkanı, 16, 169, 174

### D

destinasyon, 31, 44, 48, 78, 79, 80,  
81, 89, 90, 102, 103, 111, 116,  
126, 131

### E

*ekonomi*, 13, 34, 73

### H

halk, 7, 16, 65, 67, 146, 150

*Hizmet sektörü*, 104

**İ**

işgücü, 72, 144, 145

**K**

Kamu politikası, 7, 11, 13, 15, 18,  
26

Kanun, 18, 53, 54, 60, 63, 69, 163,  
176

Kararname, 60

kaymakam, 59

*Kültür ve Turizm Bakanlığı*, 48, 53,  
54, 55, 58, 59, 110, 114, 175,  
177

**M**

Merkezi idare, 75

**N**

nitel araştırma, 4, 86, 158

**P**

planlama, 13, 30, 72, 107, 113, 117,  
144, 153, 155

Politika, 5, 12, 126, 128, 168, 172,  
173, 176

**R**

*Rekreasyon*, 163

resmi aktör, 17, 52

Resmi Olmayan Aktörler, 18

**S**

siyasi parti, 64, 96

STK, 7, 64, 68, 71, 77, 81, 92, 107,  
113, 144, 145, 149, 151

**T**

taşra, 53

*Teşvik Kanunu*, 44, 120

Turizm Politikası, 30, 66, 166, 176

turizm sektörü, 31, 64, 90, 104, 124,  
126, 154, 157

**Ü**

Üniversite, 163

**Y**

yarı yapılandırılmış görüşme, 4, 86,  
87

yerel yönetim, 25, 61, 68, 69, 70,  
73, 77, 92, 114, 118, 128, 144,  
145, 146, 147, 149, 150, 151,  
152, 154



Sertifika no : 49837

9 786256 069541

duvaryayinlari.com