

Evaluation of tourism activities in Regional Development Agency

Şirvan Şen Demir¹, Taşkın Karakuş²

Abstract

Regional Development Agencies (RDAs) entered Turkey's agenda in the years of 2000, 26 agencies have been established from 2007 to 2015 in context of "Law on the Establishment, Coordination and Duties of Development Agencies" (The Act No.5449). RDAs are semi-independent institutions established as a structure from the central government. The RDAs have main purpose which is to develop regional economy, implement regional plan, programs and strategies, to support regional enterprises, to support project for the near future of private sectors, to search and provide new financial solutions to the new demand. The purpose of the present study is to examine RDAs' tourism projects, programs and strategies in regional and/or nation-wide. Through content analysis data were collected from Development Agencies' 2013 reports. In order to develop tourism in their region, RDAs give priority to tourism type, what kind of events they attend, and / or what kind of events they organize, which tourism projects they give support are analysed and made the general assessment.

Keywords: Regional Development Agencies, Tourism, Types of tourism, Turkey

Extended Abstract in English is at the end of this document

Bölgesel Kalkınma Ajanslarında turizm faaliyetlerinin değerlendirilmesi

Öz

Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA) Türkiye'nin gündemine 2000'li yıllarda girmiş ve 5449 sayılı "Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun" kapsamında 2007 yılından 2015 yılına kadar 26 Kalkınma Ajansı kurulmuştur. BKA'lar merkezi hükümetten yarı-özerk olarak kurulmuş kurumlardır. BKA'ların amacı, bölgesel ekonomiyi geliştirmek, bölgesel plan, program ve stratejileri uygulamak, bölgesel işletmeleri desteklemek, yakın gelecekteki özel sektör projelerine destek vermek ve yeni talepler için finansal çözümler aramak ve sağlamaktır. Bu çalışmanın amacı BKA'ların bölgesel ya da ülkesel düzeydeki turizm projeleri, programları ve stratejilerini incelemektir. Kalkınma ajanslarının yayınladıkları 2013 yılı faaliyet raporlarından içerik analizi ile veriler toplanmıştır. Kalkınma Ajanslarının bölgelerinde turizmi geliştirmek amacıyla hangi turizm çeşitlerine öncelik verdikleri, ne tür organizasyonlara katıldıkları ve/veya ne tür organizasyonlar düzenledikleri, hangi turizm projelerine destek verdikleri konuları incelenerek genel değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar sözcükler: Bölgesel Kalkınma Ajansları, Turizm, Turizm Çeşitleri, Türkiye

To cite this article: Demir, Ş.Ş., Karakuş, T. (2016). Evaluation of tourism activities in Regional Development Agency. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2(1), 30-39. DOI: 10.24288/jttr.202829

Alıntı için: Demir, Ş.Ş., Karakuş, T. (2016). Bölgesel Kalkınma Ajanslarında turizm faaliyetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2(1), 30-39. DOI: 10.24288/jttr.202829

¹ Assoc Prof. Dr., Suleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Tourism Management, ISPARTA/TURKEY, sirvansendemir@gmail.com

² Suleyman Demirel University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, ISPARTA/TURKEY, taskin.karakus@hotmail.com

1. Giriş

Kalkınmada geri kalmış birçok ülke bölgelerarası gelişmişlik farklarını giderememiş ve bu nedenle sosyo-ekonomik problemlerle savaşmak zorunda kalmıştır. Bu ülkeler kalkınabilmek ve bölgelerarası dengesizlikleri giderebilmek için birçok yöntem denemektedir. Türkiye'de kalkınmayı sağlayabilmek ve bölgelerarası dengesiz büyümenin önüne geçebilmek amacıyla ülke genelini kapsayacak nitelikte kalkınma modelini benimsemiştir. 1963 yılından itibaren Beş Yıllık Kalkınma Planları yapılmış ve uygulamaya konmuştur. Hazırlanan kalkınma planları ile Türkiye ekonomisini canlandırma hedeflenmiş, üretim olanaklarının artırılmasına çalışılmış, sektörel bazda gelişme kaydedilerek bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının kapatılması amaçlanmıştır (Demir, 2014; Kalkınma Bakanlığı, 2015). Oysa dünyada birçok ülke 1950'li yıllardan itibaren bölgesel planlamayı tercih ederken Türkiye bölgelerarası gelişmişlik düzeyinin giderilmesi amacıyla "kalkınmada öncelikli yöreler" uygulamasına yoğunlaşmıştır (Arslan, 2005). Ancak bu modellerin hiçbiri hedeflenen gelişme düzeyinin yakalanmasını sağlayamamış, bölgelerarası gelişmişlik farkları kapatılamamıştır.

Yeni kalkınma anlayışının örgütsel biçimi olarak tanımlanabilen (Özen, 2015) kalkınma ajansları, özellikle 1990'lı yıllardan itibaren Avrupa Birliği (AB)'nin bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak için kullandığı araçlardan biri haline gelmiştir. AB'ne aday tüm ülkelerden bu ajansların kurulmasının istenmesi ile sayıları hızla artmıştır. Avrupa Birliğinin Katılım Ortaklığı Belgesinde Orta Vadede Yapılması gereken düzenlemelerden biri olan Kalkınma Ajansları Türkiye'de 2006 yılında çıkarılan yasaya istinaden 2007 yılından itibaren kurulmaya başlanmış ve bugün sayısı 26'ya yükselmiştir. Bu çalışmada da Türkiye'deki Kalkınma Ajanslarının bölgelerinin gelişmişlik düzeyini arttırmak amacıyla yaptıkları faaliyetler içerisinde turizm faaliyetlerinin yeri analiz edilmiştir. Yapılan literatür taramasında da Kalkınma Ajansları ile ilgili yapılmış pek çok çalışma bulunmasına rağmen Turizm konusunda yapılmış çalışmalara rastlanamamış olması konunun önemini ortaya koymaktadır.

2. Literatür taraması

2.1. Kalkınma Ajansları

1929 ekonomik krizi sonrasında bölgelerin gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla 1933 yılında Amerika Birleşik Devletlerinin Tennessee bölgesinde kurulmuş olan bölgesel kalkınma ajansları, ikinci dünya savaşından sonra savaşın yol açtığı tahribatı silmek ve ekonomik kalkınmayı sağlamak amacıyla 1950 ve 1960'lı yıllarda Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinde kurulmaya başlamıştır. 1980'li yıllarda da Yunanistan, İspanya, Danimarka ve Finlandiya'da bölgesel kalkınma ajansları kurulmuştur. Avrupa Birliğinin ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi ve bölgesel dengesizliklerin giderilebilmesi için en uygun politika ölçeği olarak bölgeleri görmesi sonucunda, 1990'lı yıllardan itibaren kalkınma ajansları Avrupa Birliğinin bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak için kullandığı araçlardan biri haline gelmiştir. Özellikle Avrupa Birliğinin büyük miktarlarda rekabete dayalı bölgesel kalkınmaya yönelik fonları sağlamaya başlamasının ardından, Kalkınma Ajanslarının (KA) sayıları ve etkinlikleri, AB üye ülkelerinde önemli ölçüde artmıştır (Özen, 2015).

Türkiye'de hem katılım öncesi bölgesel kalkınma yardımlarından, hem de katılım sonrasında AB yapısal fonlarından yararlanabilmek için 2003 Yılı Katılım Ortaklığı Belgesinde kalkınma ajanslarını kuracağını taahhüt etmiştir (planlama.org, 2015). Bu amaçla Kalkınma Ajanslarının kuruluşu, koordinasyonu ve görevleri hakkındaki kanun 2006 yılında çıkarılmıştır. Kanunun amacı "kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak üzere oluşturulacak kalkınma ajanslarının kuruluş, görev ve yetkileri ile koordinasyonuna ilişkin esas ve usûlleri düzenlemektir" şeklinde belirlenmiştir (Resmi Gazete, 2006).

Tablo1. Kalkınma Ajansları

Kalkınma Ajansları		İller
AHİKA	Ahiler Kalkınma Ajansı	Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Niğde, Nevşehir
ANKARAKA	Ankara Kalkınma Ajansı	Ankara
BAKA	Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı	Antalya, Burdur, Isparta
BAKKA	Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı	Bartın, Karabük, Zonguldak
BEBKA	Bursa, Eskişehir, Bilecik Kalkınma Ajansı	Bursa, Eskişehir, Bilecik
ÇKA	Çukurova Kalkınma Ajansı	Adana, Mersin
DOĞAKA	Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
DAKA	Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı	Bitlis, Hakkari, Muş, Van
DOKA	Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı	Artvin, Giresun, Ordu, Rize, Trabzon
MARKA	Doğu Marmara Kalkınma Ajansı	Bolu, Düzce, Kocaeli, Sakarya, Yalova
DİKA	Dicle Kalkınma Ajansı	Batman, Mardin, Şırnak, Siirt
FKA	Fırat Kalkınma Ajansı	Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli
GEKA	Güney Ege Kalkınma Ajansı	Aydın, Denizli, Muğla
GMKA	Güney Marmara Kalkınma Ajansı	Balıkesir, Çanakkale
İKA	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Adıyaman, Gaziantep, Kilis
İSTKA	İstanbul Kalkınma Ajansı	İstanbul
İZKA	İzmir Kalkınma Ajansı	İzmir
KARACADAĞ	Karacadağ Kalkınma Ajansı	Diyarbakır, Şanlıurfa
KUZKA	Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı	Çankırı, Kastamonu, Sinop
KUDAKA	Kuzey Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı	Bayburt, Erzincan, Erzurum
ZAFER	Zafer Kalkınma Ajansı	Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak
MEVKA	Mevlana Kalkınma Ajansı	Karaman, Konya
ORAN	Orta Anadolu Kalkınma Ajansı	Kayseri, Sivas, Yozgat
OKA	Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı	Amasya, Çorum, Samsun, Tokat
SERKA	Serhat Kalkınma Ajansı	Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars
TRAKYAKA	Trakya Kalkınma Ajansı	Edirne, Kırklareli, Tekirdağ

Kaynak: Avrupa Birliği Bakanlığı

Türkiye’de geleneksel olarak kullanılan yedi coğrafi bölgeye ek olarak, 22 Eylül 2002 günü yeni bir bölge sınıflandırılması oluşmuştur. Türkiye’nin Avrupa Birliğine uyum süreci doğrultusunda, 2002/4720 no’lu kanun gereğince, Devlet Planlama Teşkilatı ve Türkiye İstatistik Enstitüsü üç ayrı düzeyde İBBS (İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması) bölgesi oluşturmuşlardır. Düzey 2 İstatistiki Bölge Birimleri, Düzey 3 kapsamındaki komşu illerin gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 26 adettir (planlama.org.). İlk olarak Adana ve Mersin illerini kapsayan Çukurova Kalkınma Ajansı ile İzmir ilini ve bölgesini kapsayan İzmir Kalkınma Ajansları pilot uygulama olarak kurulmuştur. Bugün Türkiye’de kurulan KA’ların sayısı 26’a yükselmiştir. Düzey 2 İstatistiki Bölge Birimlerine göre oluşturulan kalkınma ajansları Tablo1’de yer almaktadır.

Türkiye’de ki Kalkınma ajanslarının mali kaynakları ve bütçe gelirleri 5449 sayılı Kanununun 19 uncu maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre gelir kalemleri; genel bütçe ve vergi gelirlerinin binde beşi oranında her yıl ayrılacak transfer ödeneğinden,

Yüksek Planlama Kurulunca nüfus, gelişmişlik düzeyi ve performans ölçütlerine göre ayrılan pay, Avrupa Birliği ve diğer uluslararası fonlardan sağlanacak kaynaklar, faaliyet gelirleri, il özel idaresi bütçesinin yüzde bir ve belediye gelirlerinin yüzde biri oranında ayrılan pay, Ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlarca yapılan bağış ve yardımlar, bir önceki yıldan devreden gelirler olarak belirlenmiştir (sayıştay, 2014). Genel olarak bakıldığında Kalkınma Ajanslarının en önemli finansman kaynağını kamu gelirleri ile birlikte katılım öncesi mali işbirliği aracı (IPA) çerçevesinde ülkemize sağlanan Avrupa Birliği fonlarından proje yararlanıcısı sıfatıyla kullanılan kaynaklardan oluşmaktadır (www.planlama.org. 2015).

3. Yöntem

Bu çalışmada Türkiye’de kurulmuş olan 26 Kalkınma Ajansının web sayfalarında yayınlamış oldukları 2013 faaliyet raporlarının içeriği turizm faaliyetleri bakımından analiz edilmiştir. Sözel, yazılı ve diğer araçların nesnel ve sistematik olarak incelenmesine imkan veren bilimsel bir yaklaşım olan

içerik analizi (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 90), bir diğer yaklaşımla mevcut yazılı bilgilerin temel içeriklerinin özetlenmesi ve belirtilmesi işlemi olarak da (Cohen, Manion ve Morrison, 2007: 564) bilinmekte ve temel amacı elde edilen verileri açıklayabilecek kavram ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Aynı türden verileri belirli ölçütlerde bir araya getirmek ve bunları insanların anlayıp değerlendirebileceği şekilde düzenleyerek yorumlamaktır (Neuman, 2012; Graneheim ve Lundman, 2004). İçerik analizinde bu verilerin önce kavramsallaştırılması ardından bu kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenlenmesi gerekmektedir. İçerik analizi, kaynaklardan toplanan nitel araştırma verilerini işleme, kodlama, temaları bulma, kod ve temaları düzenleme ve bulgular olarak farklı aşamalardan oluşmaktadır (Miles ve Huberman, 1994; Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Veriler şu ana kadar kurulmuş olan 26 kalkınma ajansının resmi internet sitesinden elde edilmiştir. Bilgiler tamamen kalkınma ajanslarının 2013 yılı faaliyetleri ile ilgili kendilerinin internet sitelerinde yayınladıkları bilgilere dayandığı için raporlarda yer almayan bilgilere ulaşma şansımız olamamıştır. Özellikle projelere verilen mali desteklerle ilgili 9 ajansın faaliyet raporlarında bilgi olmaması nedeni ile

Tablo 2. Kalkınma Ajanslarının yurt içi ve yurt dışı faaliyetleri

Yurt Dışı Faaliyetler	Sayı
Kongreye Katılım	1
Fuar Katılımı	28
Proje, Eğitim ve Toplantıya Katılım	6
Ülke Ziyaretleri	13
Yurt İçi Faaliyetler	
Düzenlenen Kongre	1
Düzenlenen Fuar	1
Düzenlenen Toplantı	32
Düzenlenen Eğitim	32
Davet edilen Yabancı Ziyaretçi	12
Kongre Katılımı	5
Fuar Katılımı	34
Eğitim ve Toplantı Katılımı	64
Tanıtım Materyalleri	21
Gerçekleştirilen Projeler	6
Hazırlanan Projeler	9

araştırmada bu bilgiler eksik kalmıştır. Çalışma da Kalkınma Ajanslarının bölgelerinde turizmi geliştirmek amacıyla hangi turizm çeşitlerine öncelik verdikleri, ne tür organizasyonlara katıldıkları ve/veya ne tür organizasyonlar düzenledikleri, hangi turizm projelerine destek verdikleri konuları incelenerek genel değerlendirmeler yapılmıştır. Verilerin analizinde bilgisayar ofis programlarından yararlanılmış ve ulaşılan bulgular oluşturulan tablolara aktarılmıştır.

4. Bulgular

Kalkınma Ajansları bölgelerinin gelişimi ve kalkınması amacıyla birçok farklı faaliyette bulunmakta ve ayırdıkları bütçeler dâhilinde farklı sektörlerden birçok yerel kurum ve kuruluşun verdiği projelere maddi destek sağlamaktalar. Kalkınma ajanslarının bölgelerinde geliştirmek istedikleri sektörlerden biri olan turizm sektörü ile ilgili de çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu bağlamda 26 kalkınma ajansının internet sitelerinde yayınladıkları 2013 yılı faaliyet raporlarına göre yapmış oldukları yurt içi ve yurt dışı turizm faaliyetleri Tablo 2’de yer almaktadır.

Kalkınma ajansları sorumlu oldukları bölgelerin turizm potansiyellerini ve turizm gelirlerini arttırmak amacıyla uluslararası birçok fuara katılarak, sorumlu oldukları bölgelerin turizm çekiciliklerinin tanıtımı ve yatırım olanakları hakkında tur operatörlerine, kamu kuruluşlarına, yatırım yapabilecek şirketlere genel bilgi vermektedir. Tabloya göre 2013 yılında kalkınma ajanslarının katıldığı 28 uluslararası fuar bulunmaktadır. Bunlar; Dubai Turizm Fuarı, JATA Turizm Fuarı (Janponya), ITB Turizm Fuarı, MITT Moskova Turizm Fuarı, Arabian Travel Market, Uluslararası Sağlık Fuarı, Uluslararası Cidde Turizm ve Seyahat Fuarı, TABİHAKU 2013 Turizm ve Seyahat Fuarı, New York Times Travel Show Turizm Fuarı, FESPO 2013 Zurich Turizm Fuarı, Uluslararası Turizm ve Seyahat Acenteleri Fuarı, Jata Dünya Seyahat Fuarı, Inwetex-CIS Travel Market Turizm Fuarı, EXPO Batumi 2013 Turizm Fuarıdır.

Kalkınma Ajansları farklı ülkelerde yapılan uygulamaların kendi sorumlu oldukları bölgelerde uygulanabilirliğini araştırmak, incelenmek, tecrübe paylaşımı ve bölgenin turizm tanıtımı gibi amaçlarla

ziyaretler gerçekleştirmişlerdir. 2013 yılında farklı ajanslar tarafından 13 ülke ziyareti ve 6 eğitim ve toplantıya katılım gerçekleştirilirken, sadece 1 adet konferans katılımı gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Kalkınma Ajansları tarafından gerçekleştirilen ve düzenlenen toplantılar, bölgenin turizm cazibesinin ve turizm alt yapısının geliştirilmesine yönelik çalışmaların nasıl ve ne şekilde yapılacağı, nasıl bir yol izleneceği, hangi kaynakların kullanılacağı gibi kararların alındığı ve uygulamaya konulmak üzere projelendirme yapılmasına dair çalışmaların yürütüldüğü ve fikir alışverişlerinin yapıldığı ajans faaliyetleridir. Bu tür toplantılara katılımcılar ajansın daveti üzerine yapılacak uygulamanın içeriğine bağlı olarak kamu özel ve tüzel kişilerden oluşabileceği gibi, özel sektör temsilcileri, yatırım yapmak isteyen KOBİ'ler vb. olarak gerçekleşmektedir. Düzenlenen toplantılar yurt içinden katılımcılarla yapıldığı gibi yurt dışından katılımcılar davet edilerek de gerçekleştirildiği görülmektedir. Toplantılarda bölgenin turizm potansiyeli göz önüne alınarak, alternatif turizm olanaklarının ön plana çıkartılması gibi çalışmalara yoğunlaşmıştır. Bu amaçla ajanslar tarafından 2013 yılı kapsamında toplam 32 toplantı gerçekleştirilmiştir.

Kamu kuruluşları ve özel kişiler tarafından proje ortaya konulabilmesini sağlamak amacıyla "nasıl proje hazırlanacağına" dair eğitim programları uygulanmıştır. Düzenlenen eğitim programları çerçevesinde katılımcılara eko-turizm, sağlık turizmi, termal turizm, kırsal turizm gibi turizm çeşitleri hakkında bilgilendirmeler yapılmıştır. Eğitimler kapsamında bölgelerin mevcut turizm durum analizi ve turizm sorunlarına dair problem tespiti gibi konular işlenmiştir. Kalkınma ajanslarının verdikleri eğitim sayısı 32 adettir. Bir kaç kalkınma ajansı hariç diğer tüm ajansların eğitim verdikleri görülmektedir.

Ajanslar bölgelerinin turizm tanıtımını daha etkin şekilde yapmak için bir dizi çalışmalar yürütmektedir. Yapılan ve yapılacak çalışmaların tanıtımı çeşitli tanıtım materyalleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bunlar; broşür, katalog, tanıtım CD'si, tanıtım kitapları, bölge turizmi ile ilgili web siteleri, bölgelerinin turizm envanteri ve turizm varlıklarının yerlerini gösteren haritalar, bölgedeki otel, motel, pansiyon gibi konaklama işletmelerinin adres ve yerlerini gösteren il haritası vb. gibi materyallerdir.

Ayrıca yerel ve ulusal bazda bazı gazete ve dergilerin çeşitli sayılarında yer alan, ajanslarla ortak çalışma yürüten ya da ajans yetkilileri tarafından bölge hakkında verilen turizm tanıtımına dair demeçler ile bölge hakkında yazılan turizm üzerine tanıtım ve gezi rehberi niteliği taşıyan köşe yazı ve ek yayınlarda tanıtım materyalleri içerisinde yer alınmaktadır. Uluslararası turizm tanıtımı içine fuar organizasyonları sırasında ya da özel tanıtım programları kapsamında, organizasyonun gerçekleştiği ülkenin veya hedef pazarın dilinde hazırlanan tanıtım broşürleri, kitapçıkları, CD, haritalar vb, gibi materyaller kullanılmıştır. Bunların yanında ajanslar turizm ile ilgili programa açtıkları ve destek verdikleri projeleri tanıtmak ve duyurmak adına, çeşitli afiş, broşür, katalog, vb gibi materyaller kullanmışlardır. Turizm için yapılan tanıtım materyallerinin sadece 21 adet olduğu ve birçok ajansın bu tür materyaller hazırlamadıkları görülmektedir.

Kalkınma Ajansları kendi düzenledikleri toplantı ve eğitimler dışında bölgenin turizmini geliştirmek için yürüttükleri proje ve çalışmalar doğrultusunda da ilgili kamu ve özel kuruluşların, üniversitelerin, işbirliği halinde oldukları diğer Kalkınma ajanslarının, İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin, Belediyelerin, Valiliklerin düzenledikleri birçok eğitim ve toplantılara da katılmaktadır. Bu eğitim ve toplantılarda bölgenin turizm potansiyelinin nasıl artırılacağı, bölgenin turizm alt yapısının nasıl geliştirileceği, alternatif turizm kaynaklarının en etkin şekilde kullanımını gerçekleştirmenin yolları ile ilgili kurum ve kuruluşların çalışmaları hakkında bilgi paylaşımında bulunarak bir yol haritası belirlenmek istenmiştir. Eğitim ve toplantılarda faaliyete geçen ve geçecek olan projelerin en etkin kullanımı konuları üzerinde fikir alışverişlerinde bulunulmuştur. Bu amaçla 2013 yılında kalkınma ajanslarının 64 eğitim ve toplantıya katıldıkları görülmektedir. Her ajans mutlaka bu tür eğitim ve toplantılara katılmıştır.

Kalkınma ajansları; bölgelerinin turizmini tanıtmak, bölgeye turizm yatırımlarını çekmek, seyahat acentalarının bölgelerini destinasyon rotalarına almalarını sağlamak, bölgelerinin sahip olduğu "sağlık turizmi, doğa turizmi, kış turizmi, deniz turizmi, termal turizm, yayla turizmi, mağara turizmi, kültür turizmi, eko-turizm, gastronomi turizmi" vb gibi alternatif turizm türlerini daha tanınır ve bilinir hale getirmek amacıyla yurt içinde düzenlenen fuar

organizasyonlarına katılmaktadır. 2013 yılında Türkiye'de turizm amacıyla düzenlenmiş olan İzmir Travel Turkey Fuarı (5-8 Aralık), EMITT-Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı, Çanakkale Turizm ve Ticaret Fuarı (EXPOTROIA), Sağlık Turizmi Fuarı, Anadolu Kültürleri ve Yemek Festivali, Sağlık Turizmi ve Medikal Ürünler Fuarı, Yöresel ve Geleneksel Ürünler Fuarı gibi fuarlara katılım sağlamışlardır. Toplamda 34 fuara katıldıkları görülmektedir. Bir sene boyunca hiç fuara katılmayan ajanslar olduğu gibi senede birden fazla fuara katılan ajanslarında olduğu görülmektedir.

Kalkınma ajansları bölgelerinin turizm faaliyetlerini canlandırmak ve arttırmak için çeşitli organizasyonlarla irtibata geçerek tur operatörleri, yerel yönetimler, film ekipleri vb gibi kişi ve kuruluşları bölgelerine davet etmişlerdir. Bu kişi ve kuruluşlara bölgenin turizm potansiyellerini yerinde inceleme fırsatı vererek turizm tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürütmüşlerdir. Örneğin Rusya Uluslararası Haber Ajansı haber muhabiri Aliona Palazhchenko Şanlıurfa Yatırım Destek Ofisi (YDO)'ni ziyaret ederek Şanlıurfa Kültür ve Turizmi hakkında bilgiler almıştır. Isparta gülü ve Bölgenin gül potansiyelinin tanıtılması amacıyla Japonya Devlet Televizyonu NHK'nın Isparta'da çekim yapması sağlanmıştır.

Kalkınma ajansları bölgelerinin turizm faaliyetlerini arttırmak için bizzat hazırladıkları ve hayata geçirdikleri projeler olmuştur. Özellikle Avrupa Birliği tarafından proje çağrısı yapılan projelere ajanslar tarafından, bölgelerin turizm tanıtımı ve pazarlanması, alternatif turizm türlerinin kullanımı ve tercih edilebilirliğinin artmasını sağlamak ve sürdürülebilir turizm kapsamında “eko-turizm, kültür turizmi” üzerine projeler hazırlanmıştır. Hazırlanan projelerin bir kısmı değerlendirme aşamasındayken, birçoğu da hayata geçirilmiştir. Bu kapsamda ajansların gerçekleştirdikleri 6 proje, hazırladıkları da 9 proje bulunmaktadır.

Çalışmada ayrıca kalkınma ajanslarının 2013 yılında finansal destek verdikleri projeler araştırılmıştır. Ancak 10 kalkınma ajansının web sayfalarında bu konuda herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır. Göndermiş olduğumuz maillere de biri dışında diğerleri cevap vermemiştir. Ancak geri kalan 17 Kalkınma Ajansının yayınlamış olduğu

bilgiler üzerinden inceleme yapıldığında ne tür turizm türlerinin desteklendiği hakkında bilgilere ulaşılabilmektedir. Tablo 3'te kalkınma ajanslarının destek verdikleri projeler hangi turizm çeşidi kapsamında olduğuna bağlı olarak sınıflandırılmıştır.

Tablo 3. Kalkınma Ajanslarının destek verdikleri projeler

Destek Verilen Turizm Projeleri	Proje sayısı
Sağlık turizmi	14
Eko-Turizm	25
Kültür Turizmi	48
Deniz Turizmi	6
Kuş Gözlemciliği	1
Dağ Turizmi	1
İnanç Turizmi	2
Kamp-Turizmi	1
Gastronomi Şarap Turizmi	7
Mağara Turizmi	4
Macera Turizmi	7
Yayla Turizmi	1
Spor Turizmi	4
Kış Turizmi	6
Kongre ve Fuar Turizmi	2
Yelken Turizmi	1
Alternatif Turizmi geliştirme	7
Sürdürülebilir Turizm	16
Otel kalite ve yeterlilik artırma	40

Kalkınma ajanslarının bölgelerinde en fazla geliştirmek istedikleri ve mali destek verdikleri turizm türleri arasında kültür turizmi (48 adet) ve eko-turizm (25) gelmektedir. Bunun dışında genel olarak alternatif turizmin geliştirilmesi adı altında da 7 projeye destek verdikleri görülmektedir. Ayrıca turizmin sürdürülebilmesini sağlamaya yönelik olarak hazırlanmış 16 projeye de destek vermişlerdir. Turizmin bölgelerinde gelişmesini sağlamak amacıyla yapılan turizm çeşitlerine yönelik projeler dışında, var olan çeşitli özelliklerde ki konaklama işletmelerinde de ya kalitesini ve/veya yeterliliğini arttırmak amacıyla da verilen projelere destek verilmiştir. Bu bağlamda toplam 40 işletmenin 2013 yılında kalkınma ajanslarından mali destek aldıkları görülmektedir.

5. Sonuç ve tartışma

Kalkınma Ajansları bölgesel gelişme ve kalkınma açısından önemli role sahip olmakla birlikte bir politika aracı olarak da önemli bir işleve sahiptir. Turizm sektörü ve işletmeleri de Kalkınma Ajanslarının destek programlarından yararlanacak şekilde tanımlanmış (Alvarez, Ertuna, Ünalın ve Hatipoğlu, 2014) ve değişim yaratabilecek yenilik uygulamalarında önemli destek ve teşviklerden yararlanma fırsatı bulmuşlardır (Demir, 2014; Demir ve Demir, 2015). Bu çalışmada da ulaşılan sonuçlardan birisi, Kalkınma Ajanslarının turizm ile ilgili faaliyetlerinin olduğudur.

Kalkınma ajanslarının kurulduğu 26 bölgenin her birinin de kendine has turizm potansiyelleri bulunmaktadır. Kimi ajansların kapsadığı bölgelerde bu olanaklar daha fazla iken kimisinde daha az olabilmektedir. Ancak yinede her ajansın bölgelerinin kalkınmasında turizm sektöründen yararlanmak istediği görülmektedir. Bu amaçla ajansların birçok ulusal ve uluslararası faaliyetlere katıldıkları ve bu faaliyetlerin kimi zaman bölgeyi tanıtmak amacıyla yönelik iken, kimi zaman da bölgedeki kişi ve kurumlara eğitimler vererek bölgede turizmin gelişmesini sağlayacak projeler üretmelerini desteklemeye yönelik olabilmektedir. Çalışmada on Kalkınma Ajansının hiçbir yurt dışı faaliyetinde bulunmadığı, 13 ajansın en az bir kez yurt dışında düzenmiş bir fuara katıldığı, 18 ajansın ise yurt dışında herhangi bir ülkeye ziyaret amacıyla gitmediği görülmüştür. Bu durum ajansların bölgelerinde turizmin geliştirilmesi amacıyla yurt dışı faaliyetlerinin ne kadar yetersiz olduğunu göstermektedir.

Kalkınma ajanslarının bölgelerinde geliştirilmesini ümit ettikleri turizm türlerine mali destek sağlamanın yanı sıra çok sayıda konaklama işletmesinin kalitesinin artırılması ve yenilenmesi amacı ile mali destekte bulunmaları Devlet Denetleme Kurulu'nun (DDK, 2014) Türkiye'deki kalkınma ajansları uygulamasına ilişkin araştırma ve inceleme raporunda da belirtildiği gibi mali destek sağlama fonksiyonunun ajansların baskın karakteri haline geldiği ve bazen 'hibe dağıtan' birimler olarak nitelendirilmesine neden olan bir yapıya dönüştüğünü destekler niteliktedir.

Kalkınma ajansları bölge kalkınmasında turizm sektöründen yararlanmak istiyorlarsa biraz daha

pazarlama ve bölge tanıtımı çalışmalarına ağırlık vermeleri gerekmektedir. Özellikle ajansın mali kaynaklarını da arttıracak projelere ağırlık verilmesi daha fazla proje desteklemelerini sağlayabilecektir. Özellikle Avrupa Birliğinden gelen fonların bir müddet sonra kesileceği de unutulmamalıdır. Çünkü Avrupa Birliği birliğe yeni giren veya yeni aday olan ülkelere doğru bu fonları kaydırma eğilimindedir (Özen, 2015).

Sonuç itibariyle, Kalkınma ajanslarının turizm sektörüne yönelik çalışmaları, destek ve teşvik olanakları yıldan yıla artarak önemli boyutlara ulaşmaktadır. Bölgeler açısından turizm en önemli yatırım ve uygulama yapılacak bir alan olarak değerlendirilmekte ve Kalkınma ajanslarının dikkatini çekmektedir. Turizm, Kalkınma ajansları için güncel ve yüksek talep gören bir sektör olarak önemli bir cazibe oluşturmaktadır.

Kaynakça

- Alvarez, M.D., Ertuna, B., Ünalın, D., Hatipoğlu, B. (2014). The Role of Regional Agencies, in Eduardo Fayosolà, Maria D. Alvarez, Chris Cooper (ed.) *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study (Bridging Tourism Theory and Practice, Volume 5)* Emerald Group Publishing Limited, pp.127 – 147
- ANKARA KALKINMA AJANSI (2016). The Potential of The Capital is on the Move. <http://www.ankaraka.org.tr/>, (Erişim tarihi: 03.01.2016).
- Arslan, K. (2005). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (7), 275-294.
- Avrupa Birliği Bakanlığı (2015). <http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=45921>. Adresinden Erişilmiştir (Erişim tarihi:02.04.2015).
- Avrupa Birliği Bakanlığı (2015). Kalkınma Ajansları. <http://www.ab.gov.tr/>. Adresinden erişilmiştir (Erişim Tarihi 5.02.2015).
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education* (6th ed.). New York, NY: Routledge.
- Demir, M. & Demir, Ş.Ş. (2015). *Otel İşletmelerinde Yenilik Yönetimi: İlkeler & Örnekler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, M. (2014). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü: İlkeler ve Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, Ş. Ş. (2014). Beş Yıllık Kalkınma Planlarından Türkiye Turizm Stratejisi 2023'e: Turizmde Tanıtma

- Çalışmalarına Yönelik İçerik Analizi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (15), 101-119.
- Devlet Denetleme Kurulu (2014). Türkiye'nin Kalkınma Ajansları Uygulamasının Değerlendirilmesi, <http://www.tccb.gov.tr/ddk/20140130-2014-03.PDF>. Adresinden Erişilmiştir (Erişim Tarihi: 03.04.2015).
- Kalkınma Bakanlığı (2015). VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı. <http://www.kalkinma.gov.tr>. Adresinden erişilmiştir (Erişim Tarihi 06.03.2015).
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. (1994). *An Expanded Source Book Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication.
- Mountford D. (2009). "Organising for local development: the role of local development agencies. Summary Report", 26-27 November 2009, working document, CFE/LEED, OECD, www.oecd.org/dataoecd/54/41/44682618.pdf?contentId=446, (Erişim tarihi: 03.01.2016).
- Neuman, W.L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. İstanbul: Yayın Odası.
- Özen, P.(2015). Bölge Kalkınma Ajansları. <http://www.tepav.org.tr/upload/files/1271245092r8246>. *Bölgesel Kalkınma Ajansları.pdf*. Adresinden erişilmiştir (Erişim Tarihi 28.03.2015).
- Planlama.org (2015). <http://www.planlama.org/index.php/tuerkiyede-boelgesel-kalknma-ajanslar/tuerkiyedeki-statistiksel-boelge-birimleri-bb>. Adresinden erişilmiştir (Erişim Tarihi 02.04.2015).
- Planlama.org. (2015). <http://www.planlama.org/index.php/boelgesel-kalknma-ajanslar3/duenya-genelinde-bka-geliimi>. Adresinden Erişilmiştir (Erişim Tarihi 05.03.2015).
- Resmi Gazete (2006). Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/02/20060208-1.htm>. Adresinden erişilmiştir (Erişim Tarihi 06.03.2015).
- Sayıştay, (2014). Kalkınma Ajansları 2013 Yılı Genel Denetim Raporu <http://www.sayistay.gov.tr/rapor/kal/2013%20Kalk%204%B1nma%20Ajanslar%C4%B1%20Genel%20Raporu.pdf>. Adresinden Erişilmiştir (Erişim Tarihi 05.03.2015).
- Tavşancıl, E., & Aslan, E. (2001). *İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- ZAFER KALKINMA AJANSI (2016). Local Synergy and Network. <http://www.zafer.org.tr/eng/about.html>, (Erişim tarihi: 03.01.2016).

Extended abstract in English

Regional Development Agencies (RDAs) entered Turkey's agenda in the years of 2000, 26 agencies have been established from 2007 to 2015 in context of "Law on the Establishment, Coordination and Duties of Development Agencies" (The Act No.5449). RDAs are semi-independent institutions established as a structure from the central government. The RDAs have main purpose which is to develop regional economy, implement regional plan, programs and strategies, to support regional enterprises, to support project for the near future of private sectors, to search and provide new financial solutions to the new demand.

Purpose: The purpose of the present study is to examine DAs' tourism projects, programs and strategies in regional and/or nation-wide. Through content analysis data were collected from Regional Development Agencies' 2013 reports. In order to develop tourism in their region, RDAs give priority to tourism type, what kind of events they attend, and / or what kind of events they organize, which tourism projects they give support are analysed and made the general assessment.

Literature: The RDAs, in Turkey, are the units established for accelerating regional development and also increasing local capacity in Regions. RDAs have a crucial role on development projects and aim to activate the regional dynamics in all sector and increase the collaboration between local actors such as public sector, private sector, local administrations, universities, civil society organizations etc. and central administration in a country. The RDAs have governmental status which are official institutions and established by law. The main purpose of RDAs are; to accelerate regional development and mitigate inter/intra-regional differences of development in line with the national development plan and principles (ANKARA KALKINMA AJANSI, 2016). RDAs try to create and promote strategic partnerships between Government Organizations and NGOs in a way to strengthen regional socio-economic growth and development (ZAFER KALKINMA AJANSI, 2016). RDAs have recently been established in Turkey as a policy vehicle to support local governments and coordinate stakeholders' activities in all sectors. In compliance with the European Union policy guidelines, regional-level planning and policymaking are introduced for the first time in Turkey. Within this system, tourism is designated as one of the critical development tools and thus the RDAs have become actively involved in tourism planning and development (Alvarez, Ertuna, Ünalán and Hatipoğlu, 2014). But RDAs create Regional Development Plans which outline development priorities for their Region.

RDAs seek to build markets within their territories and plays a key role in fostering a long term plan and vision for the territory, galvanising the interests of multiple leaders and setting out a new future around which resources can coalesce. They facilitate practical co-ordination towards the pursuit of the development strategy, helping to overcome the limitations of fragmented multiple jurisdictions and responsibilities in the public sector, and providing a means for practical engagement with the private and civic sectors. RDAs can assemble dedicated and capable teams to focus solely on pursuing the development strategy (Mountford, 2009).

Methodology: In this paper, content analysis was used to gather and analyse data. Content analysis is a set of qualitative and quantitative methods for gathering data from verbal, print, or electronic publication with numerous applications in social science research. Data obtained from Regional Development Agencies' web site including the tourism activities and plans for year of 2013.

Result and conclusion: Regional Development Agencies are an important actor for planning and improving social and economic values in a country. They have a combining role on Government Organizations and NGOs in all area. On the other hand, some sectors, such as tourism sector, are popular and pioneer for RDAs to support development projects and to increase the collaboration among organizations in different sectors. RDAs have strong power and resources to further economic development and regeneration in tourism sector as well as promoting business efficiency, investment and competitiveness. RDAs not only promote employment and enhance development and application of skill relevant to employment but also contribute to sustainable tourism development.

It is possible to explain that RDAs have sought to support poverty alleviation via the development of tourism in a certain city or regions. They have supported different project and provided financial contribution related to tourism to organizations for improving social and economic conditions in some regions. Regional economic development also involves other tourism activities with a wide range of stakeholders most of whom do not live in tourism cities because they are either not residents (commuters, excursionist, tourists, students, entrepreneurs, and innovators who live elsewhere) or because they are companies or institutions (employers, investors, developers, etc.). Four different elements of Development Agency activity are identified such as economic roles, leadership roles, governance and co-ordination roles and implementation roles. As a result, in context of the roles of RDAs, they are an important authority and crucial status for sustainable tourism.