

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM POLİTİKASI ÇERÇEVESİNDE AVRUPA AKILLI TURİZM BAŞKENTLERİ¹

Prof. Dr. Sibel MEHTER AYKIN

Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Antalya, Türkiye

e-mail: sibelaykin@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8646-0416

Makale Bilgisi:

Geliş: 21/02/2021

Düzeltilme: 09/03/2021

Kabul: 10/03/2021

Anahtar Kelimeler:

*Avrupa Birliği,
Turizm Politikası,
Avrupa Akıllı Turizm
Başkentleri,
Helsinki*

Özet

Avrupa Birliği, yükselen destinasyonlarla rekabet edebilmek ve turizm girişimlerinin gelişimi için uygun bir atmosfer sağlamak üzere destekleyici, eşgüdüm sağlayıcı, tamamlayıcı eylemlerde bulunmaktadır. *Dünyanın Bir Numaralı Turist Destinasyonu Avrupa için Yeni Bir Turizm Politikası Çerçevesi* isimli politika belgesi ile Avrupa Birliği Yeni Turizm Politikasının önceliklerini belirlemiştir. Bu bağlamda rekabetçi, sürdürülebilir, modern ve sosyal açıdan sorumlu bir turizm sektörü yaratılması amacıyla yönelik olarak 4 stratejik öncelik tanımlanmış ve çok sayıda araç geliştirmiştir. Yakın bir tarihte sözü edilen araçlara yenisi eklenmiş ve Avrupa Komisyonu tarafından *Avrupa Akıllı Turizm Başkenti* yarışması düzenlenmeye başlamıştır. Herhangi bir turizm destinasyonunun Avrupa Akıllı Turizm Başkenti olarak kabul görmesi için erişilebilirliğin, sürdürülebilirliğin, dijitalleşmenin sağlanması ve ayrıca kültürel miras ile yaratıcılığın ziyaretçilere sunulan ürün ve hizmetleri zenginleştirmek üzere kullanılması gerekmektedir. Her ne kadar sadece üye ülkelere açık olsa da söz konusu yarışma kriterleri akıllı turizm destinasyonu olma çabasındaki şehirlere de ilham kaynağı oluşturmaktadır. Dolayısıyla, yarışmayı kazanan şehirlerin iyi etüd edilmesi ve onların tecrübelerinden çıkarımlarda bulunulması doğru bir yaklaşım gibi görünmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın amacı Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimini Avrupa Birliği'nin turizm politikası ile ilişkilendirilerek açıklamak ve konuya ilişkin bir farkındalık yaratmaktır. Çalışmada vaka incelemesine dayalı nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Tanımlanan amaç ve başvuru yöntem çerçevesinde, Avrupa Birliği düzeyinde uygulanan turizm politikasının kapsamı açıklandıktan sonra, söz konusu politikanın uygulamaya aktarılma aracı olarak geliştirilen Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimi etraflıca ele alınmaktadır. Vaka olarak 2019 yılında Avrupa Akıllı Turizm Başkenti ilan edilen Helsinki şehrinin incelendiği çalışma, akıllı turizm destinasyonu olma çabasındaki yöreler için sunulan bir dizi öneri ile son bulmaktadır.

¹ Bu çalışma, *Conference on Managing Tourism Across Continents – MTCO'N'20 / Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı'nda* (2-4 Eylül 2020, Zoom Platformu) sunulmuş bildirinin genişletilmiş versiyonudur.

EUROPEAN CAPITAL OF SMART TOURISM WITHIN THE CONTEXT OF TOURISM POLICY OF THE EUROPEAN UNION

Prof. Dr. Sibel MEHTER AYKIN

Akdeniz University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Antalya, Turkey

e-mail: sibelaykin@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8646-0416

Article Info:

Received: 21/02/2021

Revised: 09/03/2021

Accepted: 10/03/2021

Keywords:

European Union,

Tourism Policy,

European Capital of Smart

Tourism,

Helsinki

Abstract

The European Union carries out supporting, coordinating and complementing activities in order to provide a favourable environment for the development of tourism enterprises and compete with the emerging destinations. The European Union defined the priorities of its New Tourism Policy by the policy document entitled *Europe, the World's No 1 Tourist Destination – A New Political Framework for Tourism in Europe*. Within this context, 4 strategical priorities and a several number of tools were introduced in order to achieve the aim of developing a competitive, sustainable, modern and socially responsible tourism sector. Most recently, a new tool has been added onto the existing ones and a contest on the *European Capital of Smart Tourism* was organized by the European Commission. It is a must to provide accessible, sustainable, digital goods and services, and a must to intermingle cultural heritage and innovation so as to enrich the goods and services provided to the visitors for any tourism destination to become a European Capital of Smart Tourism. Despite the fact that the contest is open only for the member states, it is inspiring for the cities that aspire to become smart tourism destination. Therefore, it seems to be the right choice to scrutinize the winning cities of the contest and to learn from their experiences. In this respect, the aim of this paper is to explain the European Capital of Smart Tourism initiative within the context of tourism policy of the European Union and to raise awareness on the issue. In this paper, qualitative analysis based on case study is realized. In line with the defined aim and method, after explaining the content of tourism policy realized at the European Union level, the European Capital of Smart Tourism initiative, developed as an instrument for applying the above stated policy, is thoroughly dealt with. Foregrounding the case of Helsinki as a European Capital of Smart Tourism, the paper is concluded by a set of recommendations for those cities striving for becoming a smart tourism destination.

1. GİRİŞ

Küresel hasılanın (2018 yılı itibariyle 85.909.816 milyon ABD\$ - Worldbank, 2019) yaklaşık %1,68'ini karşılayan turizm sektörü kimyasallar ve yakıttan sonra üçüncü büyük

ekonomik faaliyet alanını oluşturmaktadır (UNWTO, 2019, s. 8). Ekonomik büyümeye ve istihdama yaptığı katkılar bakımından göz ardı edilemeyecek bu sektörün, aynı zamanda dünya nüfusunun yaklaşık %15'inin katıldığı bir faaliyet alanı olması sebebiyle önemli bir sosyal boyutu olduğu da ortadadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) geleceğe dair projeksiyonları sektörün sistematik olarak büyüyeceğini göstermektedir. Ne var ki, gerek uluslararası turizm gelirlerinden (2018 yılı itibarıyla 1.451 milyar ABD\$ - UNWTO, 2019, s. 3), gerekse uluslararası turist varışlarından (2018 yılı verileriyle 1.401 milyon uluslararası turist varışı - UNWTO, 2019, s. 3) önemli bir pay alan Avrupa kıtasındaki geleneksel destinasyonların yükselen destinasyonlar karşısında rekabet güçlerini ve pazardan aldıkları payları koruyabilmeleri için değişen sosyo-ekonomik ve teknolojik koşullara ayak uydurmaları gerekmektedir.

Sektörde yenilikçiliği, erişilebilirliği ve sürdürülebilirliği teşvik eden yeni açılımlara ihtiyaç duyulduğu düşüncesinden hareketle, Avrupa Komisyonu 2000'li yılların ikinci yarısında Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri (European Capital of Smart Tourism) girişimini başlatmıştır. 2019 yılında Helsinki ve Lyon, 2020 yılda ise Malaga ve Göteborg Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri olarak ilan edilmiştir. Söz konusu girişim, Avrupa Birliği'nin (AB) turizm politikasının temel prensipleri çerçevesinde turizm endüstrisinin rekabet gücünün artırılması ve başarılı uygulamaların üye devletlerde yaygınlaştırılması amacına hizmet etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimini Avrupa Birliği'nin turizm politikası ile ilişkilendirilerek açıklamak ve konuya ilişkin bir farkındalık yaratmaktır. Bu bağlamda, "Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri nasıl bir politika aracıdır?", "Bu araç Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası ile nasıl ilişkilendirilebilir?", "Bu uygulama Türkiye için nasıl bir öğrenme modeli oluşturabilir?" sorularına yanıt aranmaktadır.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada durum çalışmasına dayalı nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Literatürde örnek olay incelemesi ya da vaka çalışması şeklinde de ifade edilen durum çalışmalarında, "niçin" ve "nasıl" soruları referans alınarak araştırmanın kontrolü dışındaki bir olgu derinlemesine incelenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 1999, s. 289). Gerring'e (2007: 19) göre, "durum" belirli bir zaman diliminde tek bir noktada gözlemlenen olgudur. Durum çalışması ise, belirli bir şekilde işleyen herhangi bir sistemin nasıl çalıştığı hakkında sistematik bilgi toplamak üzere çoklu veri derlenmesi yoluyla o sistemin derinlemesine incelenmesini içeren metodolojik bir yaklaşımdır (Chmiliar, 2010, s. 582). Durum çalışmalarında bir ya da daha fazla olgu seçilmekte, bu olgu ya da olgular tesadüfi seçilmek yerine belirli bir amaç doğrultusunda stratejik olarak belirlenmektedir. Araştırma sorunsalının bu çalışmadaki gibi betimsel olması durumunda, ele alınan olgunun tüm özellik ve niteliklerine dair maksimum bilgi sağlayacak en uygun durum seçilerek araştırma tasarımı yapılmaktadır. Tekli durum çalışmalarında araştırmacılar olgunun tipik özelliklerini taşıyan tek bir vakayı ele almakta, böylelikle olgunun derinlemesine tanımının yapılması mümkün olmaktadır (Bleijenbergh, 2010, s. 61). Durum çalışmaları, elde edilen bulgular ışığında gelecek çalışmalarda nelere odaklanılması gerektiğini ortaya koyması bağlamında önemlidir.

Yukarıda tanımlanan amaç ve baş vurulan yöntem çerçevesinde, ilk olarak AB düzeyinde uygulanan turizm politikasının kapsamı açıklanıp, söz konusu politikanın uygulamaya aktarılma aracı olarak geliştirilen Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimi detaylı olarak ele alınmaktadır. Ardından, 2019 yılında Avrupa Akıllı Turizm Başkenti ilan edilen Helsinki şehrinin durumu incelenerek, çalışma akıllı turizm destinasyonu olma çabasındaki yöreler için sunulan bir dizi öneri ile son bulmaktadır.

3. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM POLİTİKASININ ANA HATLARI

Avrupa Birliği'nde turizm alanında politika oluşturma yetkisi büyük ölçüde üye devletlerde bırakılmıştır. Bununla birlikte, bu cümleden hareketle üye devletlerin turizm politikalarını diğer politikalardan bağımsız olarak yapılandırabilecekleri ve AB'nin hiçbir suretle üye devletlere karışmayacağı anlamı çıkarılmamalıdır. Üye devletler ulusal turizm politikalarını tanımlarken, yapacakları düzenlemeleri AB'nin münhasır yetkisine bırakılan rekabet politikası norm ve kurallarının gereklerini yerine getiren ya da AB ile üye devletlerin yetkiyi paylaştığı iç pazar, tüketiciyi koruma, çevre, ulaştırma ve benzeri politika önermelerinin gereklerini karşılayan bir çerçeveye oturtmak durumundadırlar.

Öte yandan, turizm alanında yetkinin üye devletlerde bırakılmış olması AB'nin hiçbir tasarrufta bulunmayacağı anlamını da taşımamaktadır. Lizbon Antlaşması'nın 2. ve 6. maddeleri uyarınca turizm, AB'nin destekleyici, eşgüdüm sağlayıcı, tamamlayıcı eylemler alanına dahil edilmiştir. Bu bağlamda, AB kurum ve organları; üye devletlerin münferit olarak veya grup halinde başlattıkları girişimleri desteklemek, üye devletler ve politikalar arasında eşgüdüm sağlamak, üye devletlerin sorunlara çözüm üretme konusunda yerel düzeyde yetersiz kaldığı durumlarda yetki ikamesi (subsidiarity) prensibine uygun olarak Birlik düzeyinde harekete geçerek tamamlayıcı eylemlerde bulunmakla yükümlüdür (Lizbon Antlaşması, 2007, ABA-md. 4 ve 5 ve ABİDA-md. 2 ve 6; Mehter Aykın, 2016, s. 297-298; Mehter Aykın, 2018, s. 156).

AB, Maastricht Antlaşması'nın 3(t) maddesiyle tanımladığı dar kapsamlı turizm politikasının sınırlarını 2009 yılında yürürlüğe giren Lizbon Antlaşması ile genişletmiştir. Lizbon Antlaşması'nın 195. maddesi AB'nin turizm politikasının ana hatlarını çizmektedir. Buna göre; AB kurum ve organları turizm girişimlerinin rekabet gücünü artırıcı tedbirler almakla yükümlü tutulmuştur. Bu bağlamda, turizm girişimlerinin gelişimi için uygun bir ortam yaratmak ve özellikle de başarılı uygulamaların paylaşımı yoluyla üye devletler arasında işbirliğini desteklemek AB'nin görevleri arasında sıralanmıştır. Üye devletlerin sahip oldukları ulusal turizm politikalarını ve mevzuatlarını uyumlaştırma yetkisine sahip olmayan AB kurum ve organları, tüzük ve yönerge gibi bağlayıcı hukuk normları yerine bir dizi tavsiye ve ilke kararları ile turizm girişimlerine yol göstermektedir (Lizbon Antlaşması, 2007, ABİDA-md. 195, Mehter Aykın, 2016, s. 285-299; Mehter Aykın, 2018, s. 155-156). AB'nin Lizbon Antlaşması ile tanımlanan turizm politikasının ana hatları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Lizbon Antlaşması ile Tanımlanan Turizm Politikasının Ana Hatları

Antlaşma	Madde	Hükmü
Lizbon Antlaşması - Avrupa Birliği Antlaşması (ABA)	4	1. Antlaşmalar'da Birliğe verilmemiş yetkiler, 5. madde uyarınca, üye devletlere aittir.
	5	1. Birliğin yetkilerinin sınırları, yetkilendirilme ilkesine tabidir. Birlik yetkilerinin kullanılması, katmanlı yetki ve orantılılık ilkelerine tabidir. 2. Yetkilendirilme ilkesi gereğince Birlik, Antlaşmalar'da belirlenen hedeflere ulaşmak için, ancak üye devletler tarafından Antlaşmalar'da kendisine verilen yetkilerin sınırları dahilinde hareket eder. Antlaşmalar'da Birliğe verilmemiş yetkiler üye devletlere aittir. 3. Katmanlı yetki ilkesi gereğince, Birlik, münhasır yetkisine girmeyen alanlarda, sadece, öngörülen eylemin amaçlarının üye devletler tarafından merkezi düzeyde veya bölgesel ve yerel düzeyde yeterli biçimde gerçekleştirilemeyeceği ve fakat söz konusu eylemin boyutu ya da etkileri itibarıyla Birlik düzeyinde daha iyi gerçekleştirilebileceği durumlarda harekete geçer. Birlik kurumları, katmanlı yetki ilkesini, Katmanlı Yetki ve Orantılılık İlkelerinin Uygulanmasına Dair Protokol'e uygun olarak uygularlar. Ulusal parlamentolar, katmanlı yetki ilkesine uyulmasını bu Protokol'de belirlenen usule uygun olarak sağlarlar. 4. Orantılılık ilkesi gereğince, Birlik eyleminin içeriği ve şekli, Antlaşmalar'ın amaçlarını gerçekleştirmek için gerekli olanı aşamaz. Birlik kurumları, orantılılık ilkesini, Katmanlı Yetki ve Orantılılık İlkelerinin Uygulanmasına Dair Protokol'e uygun olarak uygularlar.
Lizbon Antlaşması - Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Antlaşma (ABİDA)	2 5. Birlik, Antlaşmalar'da öngörülen belirli alanlarda ve koşullar dahilinde, üye devletlerin bu alanlardaki yetkilerini ikame etmeksizin, üye devletlerin eylemlerini desteklemek, koordine etmek veya tamamlamak amacıyla eylemlerde bulunma yetkisine sahiptir. Birlik tarafından Antlaşmalar'ın bu alanlara ilişkin hükümlerine dayanarak kabul edilen hukuken bağlayıcı tasarruflar, üye devletlerin kanun ve ikincil düzenlemelerinin uyumlaştırılmasını içermez.
	6 (d)	Birlik, üye devletlerin eylemlerini desteklemek, koordine etmek veya tamamlamak amacıyla tedbirler alma yetkisine sahiptir. Avrupa düzeyinde tedbir alınabilecek alanlar şunlardır: d) turizm
	195	1. Birlik, üye devletlerin turizm sektöründeki eylemlerini, özellikle Birlik dahilinde bu sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin rekabet edebilirliğini teşvik etmek suretiyle tamamlar. Bu doğrultuda, Birlik eylemi aşağıdakileri amaçlar: a) bu sektördeki teşebbüslerin gelişmesi için elverişli bir ortamın oluşturulmasının teşvik edilmesi,

		<p>b) özellikle iyi uygulamaların değişimi yoluyla, üye devletler arasında işbirliğinin desteklenmesi.</p> <p>2. Avrupa Parlamentosu ve Konsey, olağan yasama usulü uyarınca hareket ederek, üye devletlerin kanun ve ikincil düzenlemelerinin uyumlaştırılması hariç olmak üzere, üye devletlerin bu maddede belirtilen amaçların gerçekleştirilmesine yönelik eylemlerini tamamlayıcı nitelikte özel tedbirler alır.</p>
--	--	--

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir [Consolidated Texts of the EU Treaties as Amended by the Treaty of Lisbon].

AB'nin yürütme organı niteliğindeki Avrupa Komisyonu, Lizbon Antlaşması ile kendisine verilen yetkiye dayanarak Dünyanın Bir Numaralı Turist Destinasyonu Avrupa için Yeni Bir Turizm Politikası Çerçevesi (Europe, the World's No 1 Tourist Destination – A New Political Framework for Tourism in Europe, COM(2010)352 final of 30.06.2010) isimli bir politika belgesi yayınlamıştır. AB'nin Yeni Turizm Politikasının ana hatlarını tanımlayan ve üye ülkelere yol gösterici olması beklenen politika belgesine göre (European Commission, COM(2010)352; Mehter Aykın, 2016, s. 300-301; Mehter Aykın, 2018, s. 158-160);

Rekabetçi, sürdürülebilir, modern ve sosyal açıdan sorumlu bir turizm sektörü yaratılması amacıyla yönelik olarak AB,

(1) turizm sektörünün rekabet gücünü artırıcı tedbirler alma;

(2) sürdürülebilir, sorumlu, yüksek kaliteli turizm yaklaşımının Avrupa çapında yaygınlaştırılmasına katkıda bulunma;

(3) Avrupa imajını sürdürülebilir ve yüksek kaliteli destinasyonlar toplamı olarak bütünleştirme;

(4) Birliğin mali politika ve araçlarının turizm sektörünün gelişimi için kullanılma imkanlarını artırma niyetinde olduğunu açıklamış ve kaynak tahsisini bu çerçevede yapmaya başlamıştır.

Yukarıda tanımlanan dört stratejik önceliğin her biri, Turizm Eylem Planında öngörülen yirminin üzerinde eylem başlığı ve çok sayıda araç ile hayata geçirilmeye çalışılmıştır. Nihai amaç, politika belgesinin adından da anlaşılacağı üzere, Avrupa'nın sahip olduğu dünyanın bir numaralı turist destinasyonu sıfatını korumaktır. 2010 yılında uygulanmaya başlayan Yeni Turizm Politikasının stratejik öncelikleri ve her bir önceliğin hayata geçirilmesinde kullanılan araçlar Tablo 2'de sunulmuştur.

Yeni Turizm Politikası ile aşağı yukarı aynı tarihlerde tanımlanan, akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı büyüme yaklaşımını içeren AB-2020 Stratejisi akıllı şehirlerin ve akıllı turizm destinasyonlarının yaratılmasında önemli bir etken olmuştur. Avrupa Parlamentosu'nun başlattığı hazırlık eylemlerini takiben Avrupa Komisyonu 2018 yılında Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri (European Capital of Smart Tourism) yarışmasını ilk kez uygulamaya koymuştur. Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri, akıllı şehirler yaklaşımından hareketle akıllı turizm destinasyonu uygulamalarının yaygınlaştırılması amacıyla hizmet etmektedir. Söz konusu yarışma ya da girişim AB Turizm Politikasının dört ana stratejik önceliğinin sadece bir veya iki tanesinin değil, tamamının gereklerini yerine getiren çok fonksiyonlu bir araç niteliğindedir.

Tablo 2: Avrupa Birliği'nin Turizm Stratejisinin Ana Akılları ve Araçları

Stratejiler	Araçlar
Turizm işletmelerinin rekabet gücünün artırılması stratejisi	<ul style="list-style-type: none"> Var olan turizm potansiyelinin gerçekleştirilmesi (Kıyı ve deniz turizmi, kültür turizmi, kırsal turizm, diğer alternatif turizm türleri v.b.) ^[1]_[5EP] Herkes için turizm girişimi (CALYPSO, sosyal turizm, engelsiz turizm, gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi v.b.) Turizm istatistiklerinin derlenmesi ve piyasaların gözetimi-denetimi (Consumer Market Scoreboard, Virtual Tourism Observatory (VTO), Eurobarometer) ^[1]_[5EP] Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT'ler) ile turizm platformunun tesis edilmesi (TourismLink, Tourism Business Support Portal) ^[1]_[5EP] Avrupa İşletmeler Ağı içerisinde turizm ve kültürel miras sektör grubunun oluşturulması (Enterprise Europe Network – Tourism and Cultural Heritage Sector Group) Mesleki bilgi ve becerilerin geliştirilmesi: Turizmde Beceri ve Yetkinlik Çerçevesi (Tourism Skills and Competence Framework), EURES (the European Job Mobility Portal) ^[1]_[5EP] Uluslararası işbirliklerinin geliştirilmesi ve deklarasyon imzalanması (2018 AB-Çin Turizm Yılı; BRIC Ülkeleri: Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin; Latin Amerika ve Akdeniz Ülkeleri) ^[1]_[5EP]
Sürdürülebilir, sorumlu, yüksek kaliteli turizm anlayışının yerleştirilmesi stratejisi	<ul style="list-style-type: none"> Avrupa Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Şartı ^[1]_[5EP] Kıyı ve Deniz Turizmi Stratejisi ^[1]_[5EP] Avrupa İşletmeler Biyo-çeşitlilik Özel Ödülü (EBAE:B&B - European ^[1]_[5EP]Business Awards for the Environment – Special Mention: Business and Biodiversity) ^[1]_[5EP] Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi İçin Avrupa Turizm Göstergeler Sistemi (ETIS – European Tourism Indicators System for Sustainable Tourism Management) Avrupa Turizm Kalite Etiketleri (ETQ Label – European Label for Tourism Quality Schemes) ^[1]_[5EP] AB Eko-etiketi (the EU EcoLabel) ^[1]_[5EP] AB Eko-yönetim ve Denetim Mekanizması (EMAS – Eco-management and Audit Scheme) ^[1]_[5EP]
Bütünleşik bir Avrupa imajının yaratılması stratejisi	<ul style="list-style-type: none"> Sınır Aşırı Tematik Rotalar: Bisiklet Turizmi ve EuroVelo Parkurları, Avrupa Kültür Rotaları, İnanç Turizmi ve Hac Rotaları, Kültürel ve Endüstriyel Miras Projeleri, Crossroads of Europe / Carrefours d'Europe v.b. ^[1]_[5EP] Avrupa Seçkin Destinasyonlar Ağı (EDEN – European Destinations of Excellence Network) ^[1]_[5EP] Pan-Avrupa Destinasyonları Portalı (visiteurope.com) ^[1]_[5EP] Avrupa Engelsiz Turizm Rehberi (Pantou – the European Accessible Tourism Directory) ^[1]_[5EP] Avrupa Turizm Günü, Avrupa Turizm Forumu v.b.
AB'nin mali politika ve araçlarının	<ul style="list-style-type: none"> 2014-2020 Dönemi Çok Yıllı Mali Çerçeve Araçları (EFSI – European Fund for Strategic Investments, ERDF – European Regional Development Fund, CF – Cohesion Fund, ESF – European Social Fund, EAFRD – European

turizmin hizmetine sunulması stratejisi	Agricultural Fund for Rural Development, EMFF – European Maritime and Fisheries Fund, LIFE, Horizon-2020, COSME – Programme for the Competitiveness of Enterprises and SMEs, Creative Europe Programme, Erasmus+, EaSI – European Programme for Employment and Social Innovation)
---	---

Kaynak: Mehter Aykın, 2018, s. 159-160.

4. AVRUPA AKILLI TURİZM BAŞKENTLERİ

Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimi, şehirlerin akıllı öncelikler çerçevesinde bir diğeriyle yarışarak karşılıklı etkileşim ve öğrenmenin sağlandığı tamamen yenilikçi bir uygulamayı ifade etmektedir. İlk kez 2018 yılında çıkılan çağrı uyarınca akıllı turizm şehri (European Union, tarih yok-a, s. 3);

- turizm alanında yenilikçi, akıllı ve kapsayıcı çözümler sunan,
- mekanı ve beşeri sermayeyi turizm sektörünün gelişimi, şehrin zenginleşmesi ve vatandaşların daha iyi bir yaşam kalitesine ulaşması için kullanan,
- yöresel değerlerden faydalanılması yoluyla turistlere zenginleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş turizm deneyimi sağlayan,
- yöre halkına saygı duyan ve onların katılımını teşvik eden,
- yeni teknolojiler, karşılıklı bağlantılar ve birlikte sunulan hizmetler aracılığıyla turizm ürün ve hizmetlerine erişimi kolaylaştıran kentsel alandır.

Bu bağlamda, akıllı bir şehrin Avrupa Akıllı Turizm Başkenti olarak kabul görmesi için erişilebilirliğin, sürdürülebilirliğin, dijitalleşmenin sağlanması ve ayrıca kültürel miras ile yaratıcılığın ziyaretçilere sunulan ürün ve hizmetleri zenginleştirmek üzere kullanılması elzemdir.

4.1. Yarışmaya Başvurma Hakkı

Yarışma çağrısı kapsamında şehir kavramı “*kent konseyi ya da seçimle işbaşı yapmış başkaca bir organ tarafından yönetilen kentsel alan*” şeklinde tanımlanmış olup, başvuruda bulunan şehrin turizm destinasyonu olması ön koşuldur (European Union, tarih yok-b, s. 5). Sadece AB üyesi ülkelerde yer alan ve nüfusu 100.000’i aşan şehirler başvuruda bulunabilmektedirler. Bir üye ülkede nüfusu 100.000’i aşan şehir bulunmaması halinde en kalabalık şehir başvuru yapabilmektedir. Başvurular ilgili şehir adına en üst belediye başkanı tarafından yapılmak durumundadır. Başvuran belediyenin vergi borcunun bulunmaması ya da sosyal güvenlik yükümlülüklerini aksatmaması gerekmektedir.


AB sınırları içerisinde yer alan 600 şehir uygun başvuran konumundadır. Bununla birlikte, uygun başvuran konumundaki şehirlerin sadece %5’i başvuruda bulunmuştur. Başvuruların online alındığı yarışmaya katılım için başvuru formlarının eksiksiz doldurulması gerekmektedir. Başvuru formunda bir turizm destinasyonu olarak sürdürülebilirliğin ve erişilebilirliğin tesis edilmesinde ne tür bir yenilikçi çözümün geliştirildiği, kültürel mirasın turizm faaliyetlerinde nasıl bir kazanca dönüştürüldüğü, turistik deneyimin artırılması için ne tip dijital araçların kullanıldığı ve ne gibi yaratıcı uygulamalarda bulunulduğunun etraflıca açıklanmış olması gerekmektedir.

4.2. Yarışma Kategorileri

Erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve kültürel miras-yaratıcılık olmak üzere yarışmanın dört kategorisi bulunmaktadır. Bunlardan erişilebilirlik, şehir merkezinde ve periferisinde güçlü bir ulaşım altyapısının bulunduğu ve erişimin değişik ulaşım araçlarıyla kolayca sağlandığı anlamını taşımaktadır. Bununla birlikte, erişilebilirlik kategorisi gelişmiş bir ulaşım altyapısının varlığından ve sınırlardan arındırılmış bir şehir olmaktan çok daha fazlasını kapsamaktadır. Çok dilli hizmet sunumu da erişilebilirliğin bir ölçütüdür. Yaş faktörüne, farklı kültürel geçmişe, fiziksel ve zihinsel engelle rağmen hizmetlerin herkesin rahatlıkla kullanabileceği bir şekilde ve dijital ortamda sunuluyor olması erişilebilirliği temin eden uygulamalar arasında düşünülmektedir. Sürdürülebilirlik kategorisi ile kast edilen ise, doğal kaynakların korunması ve yönetiminden ibaret değildir. Mevsimselliğin giderilmesi ve yöre halkının karar alma süreçlerine dahil edilmesi de sürdürülebilirliğin ölçütleri arasında yer almaktadır. Dijitalleşme kategorisi, sunulan tüm hizmetlerin ve dolayısıyla turizm deneyiminin dijital araçlarla zenginleştirilmesini, ayrıca yerel girişimlerin bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) tabanlı çözümlerle desteklenerek geliştirilmesini ifade etmektedir. Son kategoriye oluşturan kültürel miras ve yaratıcılık ise, yöredeki kültürel miras ve yenilikçi yaklaşımların bir yandan destinasyonların, endüstrinin ve turistlerin hizmetine sunulması nakde tahvil edilmesini, öte yandan bunların gelecek nesillere de kalacak şekilde korunmasını ifade etmektedir.

Avrupa Akıllı Turizm Başkenti olabilmek için dört kategoride de fark yaratan uygulamalara sahip olmak gerekmektedir. Başvuru dosyaları bütüncül olarak değerlendirilmekte ve her bir kategorilerdeki eşik değerler gözetilerek puanlama yapılmaktadır. Hal böyle olunca her bir kategori için yeterli düzeyde veri ve bilgi girişi yapılmış olması gerekmektedir. Başvuranlara yol gösterici olması açısından rehber hazırlanmış ve bir dizi soru ile yönlendirmeler yapılmıştır. Bunlar Tablo 3'da özetlenmiştir.

Tablo 3: Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri Ödül Kategorileri ve Soru Seti

Ödül Kategorileri	Soru Seti
Erişilebilirlik  ACCESSIBILITY	<ol style="list-style-type: none">1. Engellilik halinine, sosyal statüye, ekonomik duruma, yaşına bakılmaksızın erişim için özel destek ihtiyacı bulunan tüm ziyaretçiler açısından şehir fiziksel olarak erişilebilir mi? Şehire araba, tren, uçak ve bisikletle erişilebilmekte midir?2. Altyapıya ilave olarak sunulan turizm hizmeti de fiziksel, kültürel ve sosyal açıdan sınırlardan arındırılmış mıdır? Örneğin, yürüme güçlüğü çekenler ve bebek arabası ya da tekerlekli sandalye kullanan kişiler açısından şehir engelsiz bir destinasyon mudur? Şehrin altyapısı neye benzemektedir?3. Şehirdeki restoran, müze ve yürüyüş turlarına ilişkin bilgi çok dilli olarak sunulmakta mıdır? Hizmet sunan kişiler birden fazla dil konuşabilmekte midirler?4. Görme engelliler için sokaklarda yönlendirme parkurları mevcut mudur? Zihinsel engelliler, işitme engelliler, genç ebeveynler, yaşlılar, vb. gruplar açısından sunulan turizm hizmeti ne kadar erişilebilirdir? Engellilik haline rağmen şehir hizmetleri, aktiviteleri, sergi ve cazibe unsurları herkesin katılımına açık ve kolay erişilebilir midir?5. Rezervasyon sistemlerine, internet sitelerine ve benzeri hizmetlere kolayca erişilebilmekte midir? Çok dilli bilgi sunulmakta mıdır? İnternet siteleri kullanıcıyla dost ve kullanımı kolay mıdır?

<p>Sürdürülebilirlik</p> 	<ol style="list-style-type: none">1. Bir yandan sosyo-kültürel ve ekonomik gelişme sürdürülürken, diğer yandan çevre ve doğal kaynaklar korunmaya çalışılmakta mıdır? Koruma-kullanma dengesi sağlanmakta mıdır?2. Eğer iklim değişikliğiyle mücadele amacıyla kaynakların etkin kullanımını öngören bir dizi tedbir alınmışsa, söz konusu destinasyonda doğal kaynaklar çevreyle dost ve yenilikçi uygulamaları ön plana çıkaracak şekilde nasıl yönetilmektedir?3. Sürdürülebilirliği sağlamak üzere turizmin tüm sezona yayılmasına yönelik tedbirler alınmakta mıdır? Turizm endüstrisi için sürdürülebilir çözümler ve işbirliği geliştirilmesi hususunda işletmeler ve yöre halkı nasıl desteklenmektedir?4. Yöre halkını dahil etmek üzere çalışmalar yapılmakta mıdır? Elde edilen gelirler yöre halkıyla paylaşılmakta mıdır? Yörede gerçekleşen turizm gelirleri yörenin kalkınması, yöre halkı ve işletmeler için kullanılmakta mıdır? Turizm destinasyonu sıfatıyla istihdama ve yöre ekonomisinin çeşitlendirilmesine ne şekilde katkıda bulunmaktadır?
<p>Dijitalleşme</p> 	<ol style="list-style-type: none">1. Destinasyona, ulaşım altyapısına, çekiciliklere, konaklama vb. hizmetlere yönelik bilgilere dijital olarak ulaşılabilir mi?2. İşletmelerin büyümesine olanak sağlayan kullanıcıyla dost bir dijital atmosfer mevcut mudur? Dijital araç ve yetkinliklerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için işletmelere destekler verilmekte midir? Turizm ürün ve hizmetlerinin dijitalleşmesi için işletmelere destek mekanizmaları sunmakta mıdır?3. Turizm ürün ve hizmetlerinin kalitesinin artırılması için yenilikçi dijital çözümler kullanılmakta mıdır?
<p>Kültürel Miras ve Yaratıcılık</p> 	<ol style="list-style-type: none">1. Zenginleştirilmiş bir turizm deneyimi yaşatılması için kültürel miras ve yaratıcı endüstriler rasyonel bir şekilde kullanılmakta mıdır?2. Somut ve soyut kültürel varlıkların tanıtılması ve zenginleştirilmiş turizm hizmetlerine dahil edilmesi için ne tür faaliyetler yürütülmektedir?3. Özellikle AB üyesi olmayan ülkelerden turistleri çekebilmek için kültürel miras ve yaratıcılık nasıl kullanılmaktadır? Turizm ile kültürel-yaratıcı endüstriler arasında sinerji sağlanmakta mıdır?

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir [Competition for the European Capital of Smart Tourism (2019)].

4.3. Değerlendirme Süreci

Şehirlere dair başvurular iki aşamalı bir değerlendirme sürecinden geçirilmektedir. İlk aşamada, şehrin üst yönetimi tarafından doldurulan başvuru formunda verilen bilgiler üzerinden bağımsız uzmanlar paneli değerlendirmelerde bulunmaktadır. Bu kapsamda, başvurular 4 ayrı kategoride (erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, dijitalleşme, kültürel miras ve yaratıcılık) 4 kriter (yenilikçilik/akıllılık, sürdürülebilirlik, kapsayıcılık, etkililik) üzerinden ve belirli bir puantaj tablosu çerçevesinde (her bir kriter için minimum 0, maksimum 5) değerlendirilmektedir. Puantaj tablosunda eşik değerler tanımlanmış olup, her bir kategoriden asgari 5 puan, dolayısıyla toplamda asgari 20 puan alma şartı bulunmaktadır. Bağımsız uzmanlar panelinin verdiği puanlar üzerinden tüm başvurular en yüksekten en düşüğe doğru sıralanmakta ve ilk 10 içerisine giren şehirler tespit edilerek kısa liste oluşturulmaktadır. Tablo 4’de yarışma kategorileri, değerlendirme kriterleri ve puantaj tablosu görülmektedir.

Yenilikçilik/akıllılık kriterinden hareketle, uzmanlar her bir kategoride hayata geçirilen programın ya da uygulamanın ne kadar ileri seviyede ve orijinal olduğunu değerlendirmektedir. Bir başka ifadeyle, uygulamanın ne ölçüde yenilikçi olduğuna, hangi yeni teknolojinin kullanıldığına ve turizm deneyimini ne şekilde değiştirdiğine bakılmaktadır. Sürdürülebilirlik kriterinden hareketle, kısa vadeli değil de uzun vadeli çözümler üreten yaklaşımlar değerlendirilmekte, yeni geliştirilen uygulamaların sonuçlarının ne ölçüde sürdürülebilir olduğuna bakılmaktadır. Kapsayıcılık kriterinden hareketle, uygulanan bir program veya alınan bir tedbir ile tüm kesimlerin (her yaşta insanlar, fiziksel ve zihinsel engeli bulunanlar, farklı kültürel ve dini geçmişe sahip olanlar, farklı dil konuşanlar, vb.) sunulan turizm ürün ve hizmetlerinden faydalanma durumuna bakılmaktadır. Bu kapsamda, mevcut uygulamaların değişik sosyal grupların (aileler, yaşlılar, gençler, vs.) hiçbirini dışlamaksızın ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yeniden yapılandırılıp yapılandırılmadığına da bakılmaktadır. Etkililik kriterinden hareketle, hayata geçirilen uygulamanın bir turizm destinasyonu olarak şehrin profilini yükseltme konusunda ne derecede etkili olduğuna bakılmaktadır. Uygulanan programın iş çevresine ve yöre halkına etkisinin ölçülebilir olmasına dikkat edilmektedir. Programın somut çıktılarına ve uygulamanın etkisine bakılarak, göstergelere dair nicel veriler üzerinden değerlendirme yapılmaktadır.

Tablo 4: Yarışma Kategorileri, Değerlendirme Kriterleri ve Puanaj Tablosu

Değerlendirme Kriterleri	Kategori 1: Erişilebilirlik	Kategori 2: Sürdürülebilirlik	Kategori 3: Dijitalleşme	Kategori 4: Kültürel Miras ve Yaratıcılık
Kriter 1: Alınan tedbirler ne kadar yenilikçi ve akıllı?	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan
Kriter 2: Alınan tedbirler ne kadar sürdürülebilir?	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan
Kriter 3: Alınan tedbirler değişik sosyal gruplar açısından ne kadar kapsayıcı?	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan
Kriter 4: Alınan tedbirlerin şehrin turizm destinasyonu profilini yükseltme konusunda katkı derecesi nedir? Bu tedbirler ne derecede etkili? Uygulanan programın ölçülen etkisi nedir?	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan	minimum 0 maksimum 5 puan
Toplamda Ulaşılabilecek Maksimum Puan: 80 Her bir kategori için maksimum puan: 20 Listeye girebilmek için alınması gereken asgari puan: 40 Her bir kategori için eşik değer: 10				

Kaynak: European Union, (tarih yok-b), s. 9

İkinci aşamada ise, ilk on listesine giren şehirler gerek mevcut başarı hikayelerini gerekse takip eden yılda yürütecekleri programı ve eylem planını açıklamak üzere AB kurum

ve organlarının temsilcilerinden oluşan Avrupa Jürisi önünde sözlü sunuma davet edilmektedir. Öngörülen eylemlerin bir Avrupa boyutunun bulunması beklenmektedir. Ayrıca, Avrupa Akıllı Turizm Başkenti unvanının görünürlüğünün nasıl sağlanacağına dair faaliyetlerin somut çıktılarla birlikte izah edilmesi önem arz etmektedir. Bu unvanın alınması halinde, şehrin turizm destinasyonu olarak profilinin olumlu yönde değişeceğinin, üçüncü ülkelerden gelen turist sayısının mutlak suretle artacağına sağlam verilerle analiz edilerek sunulması rakipler karşısında başarı şansını artıran unsurlar arasında yer almaktadır. Geliştirilen akıllı turizm uygulamalarının diğer şehirlerde tanıtımı, tutundurulması ve yaygınlaştırılması için bir yol haritasının bulunması da başarı şansını artıran bir diğer kritik unsur olarak görülmektedir.

4.4. Yarışmanın Kazananları ve Kazanımları

Tablo 5’de de görüleceği üzere, ilk yıl 19 üye ülkeden 38 başvuru, ikinci yıl ise 17 üye ülkeden 35 başvuru alınmıştır. Bu rakam, AB üyesi ülkelere başvuru bulunabilecek tüm şehirlerin çok küçük bir bölümüne (%5) tekabül etmekte olup, bugüne kadar yapılan başvuruların tüm üye ülkeleri kapsayacak şekilde yaygın olmadığı görülmektedir. İlk yıl Avrupa Akıllı Turizm Başkenti seçilemeyen Ljubljana ve Malaga’nın ikinci yıl da başvuruda bulunmuş olması dikkatlerden kaçmamaktadır.

Tablo 5: Yıllar İtibariyle Başvuru Sayısı ve İlk 10 Listesinde Yer Alan Üye Ülkeler

Başvuru Yılı	Başvuru Sayısı	İlk 10 Ülke
2018	19 üye ülkeden 38 başvuru	Brussels (Belçika), Copenhagen (Danimarka), Nantes (Fransa), Palma (İspanya), Linz (Avusturya), Ljubljana (Slovenya), Malga (İspanya), Poznań (Polonya), Tallin (Estonya), Valencia (İspanya)
2019	17 üye ülkeden 35 başvuru	Bratislava (Slovakya), Breda (Hollanda), Bremerhaven (Almanya), Gothenburg (İsveç), Karlsruhe (Almanya), Ljubljana (Slovenya), Malaga (İspanya), Nice (Fransa), Ravenna (İtalya), Torino (İtalya).

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir [An EU Initiative to Reward Innovative and Smart Tourism in European Cities].

Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri Tablo 6’da sunulmuştur. 2019 yılında erişilebilirlik kategorisindeki başarısıyla yetinmek durumunda kalan Malaga’nın 2020 yılında Avrupa Akıllı Turizm Başkenti ilan edildiği izlenmektedir. Buna karşın, iki yıl üst üste başvuruda bulunan Ljubljana ilk yıl sürdürülebilirlik kategorisinde ödüle layık görülürken, ikinci yıl dijitalleşme kategorisinde başarılı bulunmuş ve başkent listesine dahil olamamıştır (Tablo 7).

Tablo 6: Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri

Yıllar	Akıllı Turizm Başkentleri	
2019	Helsinki – Finlandiya	Lyon - Fransa
2020	Malaga – İspanya	Gothenburg - İsveç

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir [An EU Initiative to Reward Innovative and Smart Tourism in European Cities].

Avrupa Komisyonu her yıl için iki ayrı başkent seçmenin yanı sıra erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve kültürel miras-yaratıcılık olmak üzere dört ayrı kategoride de başarılı uygulamalara sahip şehirler arasından birincileri belirlemiştir. Başarılı bulunan şehirler Tablo 7’de listelenmiştir.

Tablo 7: Kategori Bazında Birinci Olan Şehirler

Kategori	Kazanan Şehirler	
	2019	2020
Erişilebilirlik	Malaga	Breda
Sürdürülebilirlik	Ljubljana	Göteborg
Dijitalleşme	Copenhagen	Ljubljana
Kültürel Miras ve Yaratıcılık	Linz	Karlsruhe

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir [An EU Initiative to Reward Innovative and Smart Tourism in European Cities].

Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişiminin şehirlere bir dizi fayda sağlayacağı tartışmasız bir gerçektir. Genel olarak tüm şehirlerin birbirinden öğrenmesi, kısa listeye giremeyen şehirlerin öz değerlendirme yapması, kısa listeye girenlerin çabalarını daha da ileriye taşıması, kazananların ise Avrupa düzeyinde Akıllı Turizm Başkenti olarak etiketlenmiş olması en büyük kazanımlardır. Yarışmanın şehirlere katacağı değerleri şu şekilde sıralamak mümkündür (European Union, tarih yok-c, s. 4):

- Örnek teşkil edecek akıllı turizm uygulamalarını ödüllendirmek suretiyle destinasyonların henüz açığa çıkmamış potansiyellerini harekete geçirmek,
- Çeşitli ortaklıkların ve ağların kurulması için uygun bir atmosfer oluşturmak suretiyle yenilikçi turizm uygulamalarının Avrupa çapında yaygınlaştırılmasına katkıda bulunmak,
- Sürdürülebilir ve erişilebilir turizm alanında yenilikçi ve kapsayıcı çözümleri teşvik etmek suretiyle geleneksel destinasyonların yükselen destinasyonlar karşısında pazar paylarını kaybetmelerine engel olmak,
- Ziyaretçilere sunulan turistik ürün ve hizmetleri BİT tabanlı uygulamalarla zenginleştirmek ve ziyaretçilerin bu eşsiz deneyimlerini tanıtımalarına olanak sunmak suretiyle Avrupa'nın turizmdeki imajını akıllı destinasyonlar toplamı olarak tutundurmak,
- Kültürel miras ve yaratıcı endüstrilerin birer turizm bileşeni olarak rolünü pekiştirmek suretiyle turizmde bir bütün olarak koruma-kullanma dengesini sağlamak,
- Akıllı ve yenilikçi uygulamalar yoluyla Avrupa şehirlerinin turizm destinasyonu olarak cazibesini ve rekabet gücünü artırmak, ilave istihdam olanakları yaratmak, ekonomik büyümeye katkıda bulunmak.

5. 2019 AVRUPA AKILLI TURİZM BAŞKENTİ: Helsinki Örneği

Lyon şehri ile birlikte 2019 yılı Avrupa Akıllı Turizm Başkenti seçilen Helsinki şehrinde, Tablo 8'de görüleceği üzere, başta Çinliler olmak üzere turistlerin şehirde engelsiz seyahat etmelerine olanak sunan yenilikçi uygulamalar geliştirilmiş, dil bariyerini ortadan kaldırmak üzere bir dizi tedbir alınmış, sürdürülebilir gelişme devlet politikası haline dönüştürülmüş, turistlerin deneyimini artırmak ve paylaşımlarına imkan sağlamak üzere teknolojik gelişmelerden faydalanılmış, kültürel mirasa yaratıcı ve yenilikçi bir yaklaşımla sahip çıkılmıştır.

Tablo 8: Helsinki'yi Lider Yapan Uygulamalar

Kategoriler	Uygulamalar
Erişilebilirlik	<ul style="list-style-type: none"> • <i>WhimApp</i>: Şehrin tüm ulaşım altyapısına erişimi çeşitli ödeme opsiyonlarıyla en ucuz fiyat üzerinden sağlayan bir uygulamadır. • <i>Helsinki Helpers</i>: Şehre dair 14 dilde bilgi ve belge sunan canlı şehir rehberleridir. • <i>Boat Uber</i>: Uber'in deniz ulaşım versiyonunu devreye sokmuşlardır.
Sürdürülebilirlik	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The Carbon Neutral Helsinki 2035 Operational Programme</i>: Karbon nötr şehir Helsinki açısından şehirdeki sera gazı emisyonlarını %80 oranında azaltmak, diğer

	<p>yerlerde tamamen sıfırlamak anlamına gelmektedir. Bu Program kapsamında 140 tedbir tanımlanmıştır</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>The Finland we want by 2050</i>: Başbakanın liderliğinde Sürdürülebilir Kalkınma Ulusal Komisyonu kurmuşlardır. Komisyonun görevi uluslararası sözleşmelerden kaynaklanan 2030 sürdürülebilir kalkınma yükümlülüklerini ulusal politikalara entegre etmektir. 2050’de Arzu Ettiğimiz Finlandiya stratejik çerçevesini oluşturmuşlardır.• <i>EcoCompass</i>: Etkinliklerin çevreyle dost uygulamalar içermesi için geliştirilmiş çevre yönetim ve etiket sistemidir. 20.000 kişinin katıldığı Slush Festivali ile 75.000 kişinin katıldığı Flow Festivali EcoCompass etiketine sahiptir.
Dijitalleşme	<ul style="list-style-type: none">• <i>WeChat Mini Program</i>: WeChat Mini Helsinki Programı ile Çinli turistlere şehir hakkında Çince her türlü bilgi (hava durumu, tatiller, etkinlikler, acil aramalar, görülecek yerler) ve tercüme hizmeti sunulmaktadır.• <i>Alipay</i>: Ziyaretçilerin Helsinki’de nakit kullanmaksızın ödeme yapmasına izin veren mini programdır.• <i>Virtual Reality Program Helsinki2020</i>: Helsinki şehrinin geçmiş, bugün ve yarını sanal gerçeklikle tecrübe edilmesine olanak sağlayan uygulamadır. Finlandiya Ulusal Müzesi’nde de benzer bir uygulama bulunmaktadır.• <i>#myHelsinki</i> http://www.myhelsinki.fi: Sosyal medya, blog ve benzeri uygulamalarla tecrübe paylaşımına ve karşılıklı etkileşimde bulunmaya olanak sağlanmaktadır.
Kültürel Miras ve Yaratıcılık	<ul style="list-style-type: none">• <i>Löyly Sauna</i>: Geleneksel sauna kültürünü yenilikçi ve sürdürülebilir yöntemlerle devam ettirmektedirler. Saunanın ısıtma ve aydınlatması, güneş ve rüzgar enerjisinden sağlanırken, saunada kullanılan ahşap malzemeler doğal kaynakların rasyonel yönetildiğini gösteren Forest Stewardship Council (FSC) sertifikasına sahiptir. Servis edilen gıdalar organikdir.• <i>The Oodi Library</i>: Şehrin merkezinde bulunan ve 100.000 adet muhtelif koleksiyona sahip kütüphane aynı zamanda sanal gerçeklik oyun odalarına, sinemaya, sanat atölyelerine ve çeşitli etkinlik alanlarına sahip, herkesin ücretsiz kullanımına açıkbulunan bir yaşam alanına dönüşmüştür.• <i>Design Officer / District / Week</i>: UNESCO’nun tasarım şehri listesine dahil edilen Helsinki 2016 yılında Baş Tasarımcı pozisyonuna atama yapan ilk şehirdir. Çok sayıda atölye, müze, galeri, tasarım ajansının bulunduğu bir yaratıcılık bağlantı noktası konumundadır. Her yıl düzenlenen Helsinki Tasarım Haftasında İskandinav ülkelerinden birçok sanatçının katılımıyla 250 civarında moda, mimari vb. konularda etkinlik gerçekleştirilmektedir.

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir [Compendium of Best Practices].

Yukarıda açıklanan uygulamalar Bağımsız Uzmanlar Paneli ve Avrupa Jürisi tarafından Helsinki’yi diğerlerinden ayırdeden ve akıllı turizm destinasyonu yapan uygulamalar olarak değerlendirilmiştir. İlk 10 listesine giren Helsinki, 2019 yılında yürüteceği program ve faaliyet tasarımıyla da Avrupa Jürisinden en yüksek puanı alarak birinciliği Lyon şehri ile paylaşmıştır. 2019 yılının ikinci yarısında AB Konseyi dönem başkanlığını üstleniyor olması Helsinki’nin elini kuvvetlendirmiştir. Dönem başkanlığı dolayısıyla halihazırda gerçekleştirmek durumunda oldukları faaliyetlere akıllı turizm uygulamalarını çoğaltmak ve yaygınlaştırmak üzere planladıkları faaliyetleri eklemişlerdir.

2019 yılında Helsinki’de gerçekleştirilen etkinliklerin bir bölümü şöyle sıralanabilir: Baltık ülkelerinin en büyük turizm fuarı *MATKA 2019* fuar etkinliği, Beijing öncülüğünde oluşturulmuş turizm şehirleri ağı *WTCF 2019* (World Tourism Cities Federation) zirve toplantısı, Avrupa Komisyonu’nun öncülüğünde her yıl düzenlenen *ETF 2019* (European Tourism Forum) oturumu, *Visit Helsinki* yıllık toplantısı. Akıllı şehir ve akıllı turizm kavramları 2019 yılında gerçekleştirilen tüm etkinliklerin ana teması olarak kullanılmıştır (Helsinki Taking Smart to New Heights).

Birinci olan tüm şehirlerin faydalandığı gibi, Helsinki de Avrupa Akıllı Turizm Başkenti sıfatını taşıdığı yıl boyunca AB'nin sunduğu bir dizi destekten faydalanmıştır. Bu kapsamda, Helsinki'nin medyada ve sosyal mecralarda tanıtımı ve markalaşması için uzman desteği sağlanmıştır. Akıllı turizm ürün ve hizmetlerinin tanıtım videosu çekilmiş, turizm destinasyonu olarak şehrin profilinin güçlendirilmesi ve ziyaretçi sayısının artırılması için promosyonel faaliyetler yürütülmüştür. Şekil 1'de görüleceği üzere, şehir merkezine *hastag (diyaz)* görünümünde Avrupa Akıllı Turizm Başkenti heykeli yerleştirilmiştir. Helsinki, Avrupa'da mutlaka görülmesi gereken yerler haritasında yer alırken, akıllı turizm yaklaşımının lideri ve ilham kaynağı olarak lanse edilmiştir. Etkinlik yılı boyunca diğer AB şehirleriyle, karar alıcılarla, üçüncü ülkelerle ve ayrıca endüstri temsilcileriyle dijital araç, ürün ve hizmet geliştirme konusunda tecrübe paylaşımı ve ortaklık kurma imkanı yaratılmıştır.

Şekil 1: Helsinki Şehir Merkezinde Yer Alan Avrupa Akıllı Turizm Başkenti Heykeli



Kaynak: Helsinki: 2019 European Capital of Smart Tourism

6. SONUÇ

AB, yükselen destinasyonlarla rekabet edebilmek ve turizm girişimlerinin gelişimi için uygun bir atmosfer sağlamak üzere destekleyici, eşgüdüm sağlayıcı, tamamlayıcı eylemlerde bulunmaktadır. 30.06.2010 tarih ve COM(2010)352 sayılı Dünyanın Bir Numaralı Turist Destinasyonu Avrupa için Yeni Bir Turizm Politikası Çerçevesi isimli politika belgesi ile AB Yeni Turizm Politikasının önceliklerini belirlemiştir. Bu bağlamda rekabetçi, sürdürülebilir, modern ve sosyal açıdan sorumlu bir turizm sektörü yaratılması amacına yönelik olarak 4 stratejik öncelik tanımlanmış ve çeşitli araçlar geliştirmiştir. 2010'ların sonunda sözü edilen politika belgesi ile tanımlanan tüm stratejik öncelikleri karşılayan yeni bir araç geliştirilmiş; Avrupa Parlamentosu'nun hazırlık eylemlerini müteakip Komisyon tarafından Avrupa Akıllı Turizm Başkenti yarışması düzenlenmiştir.

Akıllı turizm uygulamaları, destinasyonların paradigma değişimine ayak uydurarak yenilikçi bir kimlik kazanmalarına ve sunulan zenginleştirilmiş ürün ve hizmetlerle yeni nesil turistlerin eşsiz bir turizm deneyimi yaşamalarına imkan vermektedir. Avrupa Akıllı Turizm Başkenti yarışması ise, yenilikçi uygulamaları teşvik etme, destinasyonların potansiyellerini harekete geçirme, çeşitlik ortaklıklar ve ağların kurulmasına ön ayak olma, yenilikçi, sürdürülebilir ve kapsayıcı turizm uygulamalarının Avrupa çapında yaygınlaştırma, kültürel miras ve yaratıcı endüstrilerin birer turizm bileşeni olarak rolünü pekiştirme, bir bütün olarak koruma-kullanma dengesini sağlama, en nihayetinde akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir büyüme modelinde turizme düşen görevleri yerine getirme gibi bir dizi sonuç doğurmaktadır. Helsinki, Lyon, Malaga ve Göteborg Avrupa Akıllı Turizm Başkenti unvanını alarak, yukarıda sıralanan sonuçlardan bizzat faydalanmış şehirlerdir.

Herhangi bir turizm destinasyonunun Avrupa Akıllı Turizm Başkenti olarak kabul görmesi için erişilebilirliğin, sürdürülebilirliğin, dijitalleşmenin sağlanması ve ayrıca kültürel miras ile yaratıcılığın ziyaretçilere sunulan ürün ve hizmetleri zenginleştirmek üzere kullanılması gerekmektedir. Her ne kadar, Avrupa Akıllı Turizm Başkenti yarışması sadece üye ülkelere açık olsa da akıllı turizm destinasyonu olma çabasındaki şehirlere de ilham kaynağı oluşturmaktadır. Bu bağlamda, yarışmayı kazanan şehirlerin iyi etüd edilmesi ve onların tecrübelerinden çıkarımlarda bulunulması doğru bir yaklaşım gibi görünmektedir.

Bilindiği gibi, 03.07.2005 tarih ve 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 14(a) maddesi hükümleri uyarınca, yerel yönetimler diğer görev ve yetkilerin yanı sıra, kültür ve sanat, turizm ve tanıtım hizmetlerinin sunulması hususunda görevlendirilip yetkilendirilmişlerdir. Öte yandan yakın bir tarihte yerel yönetimimizin akıllı şehir olma yolundaki hedeflerine yön vermek üzere Ulusal Akıllı Şehir Stratejisi ve Eylem Planı (2020-2023) açıklanmıştır. Söz konusu strateji belgesinde etkin bir akıllı şehir ekosistemi oluşturulması bağlamında şehre özgü akıllı şehir stratejisi ve yol haritası hazırlanması öngörülmüştür. Bir başka ifadeyle; kültür, sanat, turizm ve tanıtım hizmetlerinin sunulması ile görevlendirilmiş yerel yönetimlerden şehrin değerlerini ön plana çıkaracak yenilikçi, sürdürülebilir, kapsayıcı faaliyetlerde bulunmak ve bunu bir strateji ve yol haritasına oturtmak durumundadırlar. Bu durumda, geliştirecekleri akıllı şehir stratejisi ve yol haritalarına dahil etmek üzere, yerel yönetimimizin paydaşlarla ivedilikle bir araya gelerek Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışması uyarınca tanımlanan kategori ve kriterlerden hareketle turizm sektörü özelinde strateji ve yol haritalarını oluşturmaları önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

03.07.2005 tarih ve 5393 sayılı Belediye Kanunu. Resmi Gazete (Tarih: 13 Temmuz 2005, Sayı: 25784). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/07/20050713-6.htm>. Erişim: 16.01.2020.

An EU Initiative to Reward Innovative and Smart Tourism in European Cities. <http://smarttourismcapital.eu>. Erişim: 15.12.2019.

- Bleijenbergh, I. (2010). Case Selection. Mills, A.J., Durepos, G., and Wiebe, E. (Yay. haz.). *Encyclopedia of Case Study Research*, Volumes I and II içinde. (Volume I, s. 61-63). Thousand Oaks, CA: Sage
- Chmiliar, L. (2010). Case Selection. Mills, A.J., Durepos, G., and Wiebe, E. (Yay. haz.). *Encyclopedia of Case Study Research*, Volumes I and II içinde. (Volume I, s. 582-583). Thousand Oaks, CA: Sage
- Consolidated Texts of the EU Treaties as Amended by the Treaty of Lisbon, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:C:2007:306:TOC>. Erişim: 25.11.2019.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (tarih yok). *Ulusal Akıllı Şehir Stratejisi ve Eylem Planı (2020-2023)*. Ankara.
- European Commission. (2010). *Europe, the World's No 1 Tourist Destination – A New Political Framework for Tourism in Europe*. COM(2010)352 final of 30.06.2010, Brussels.
- European Commission. (2019). *Compendium of Best Practices: 2019 European Capital of Smart Tourism Concept* Brussels.
- European Union. (tarih yok-a). *Competition for the European Capital of Smart Tourism (2019)*. Brussels.
- European Union. (tarih yok-b). *Competition for the European Capital of Smart Tourism (2020)*. Brussels.
- European Union. (tarih yok-c). *Will Your City Be The Next European Capital of Smart Tourism?*. https://smarttourismcapital.eu/wp-content/uploads/2019/02/2020_Factsheet_EN.pdf. Erişim: 20.01.2020.
- Gerring, J. (2007). *Case Study Research: Principles and Practices*. USA: Cambridge University Press.
- Helsinki Taking Smart to New Hights. <https://smarttourismcapital.eu/wp-content/uploads/2018/11/Helsinki-Preliminary-Programme-of-Activities-as-2019-European-Capital-of-Smart-Tourism.pdf>. Erişim: 05.01.2020.
- Helsinki: 2019 European Capital of Smart Tourism. <https://smarttourismcapital.eu/city/helsinki/>. Erişim: 15.01.2020.
- Mehter Aykın, S. (2016). Avrupa Birliği'nin Yeni Politika Alanı: Turizm. R. İzol, S. Atvur & T. Öztürk (Yay. haz.). *21. Yüzyılda Avrupa* içinde (s. 281-307). Ankara: Seçkin Yayınevi.

- Mehter Aykın, S. (2018). Avrupa Birliği'nde Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Uygulamaları ve Türkiye. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, Aralık-2018, 3(2), 153-170.
- World Bank. (23 December 2019). *Gross Domestic Product 2018. World Development Indicators Database*. <http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf>. Erişim: 28.12.2019.
- World Tourism Organisation (UNWTO). (2019). *International Tourism Highlights (2019 Edition)*. Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>, file:///Users/sibelmehteraykin/Desktop/International%20Tourism%20Highlights,%202019%20Edition.webarchive. Erişim: 28.12.2019.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (1999). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 10. Baskı, Ankara: Şeçkin Yayınevi.