

MÁLAGA: Avrupa Akıllı Turizm Başkenti (2020)*

MÁLAGA: European Capital of Smart Tourism (2020)

Sibel MEHTER AYKIN¹  

Öz

Avrupa Birliği'nin geleneksel destinasyonlarından birini oluşturan İspanya, 2019 yılı itibarıyla gerek uluslararası turist varışları açısından, gerekse uluslararası turizm gelirleri açısından Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün ilk on ülke listesinin ikinci sırasında yer almıştır. İspanya'nın başarılı performansının arkasında, hiç kuşkusuz, turizm alanındaki paradigma değişimine ayak uydurmuş olması yatmaktadır. İspanya'nın Málaga kenti, Avrupa Birliği'nin sürdürülebilir, erişilebilir ve yenilikçi destinasyonları desteklemek üzere açtığı Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri (European Capital of Smart Tourism) yarışmasında 2020 yılında birinciliği Hollanda'nın Gothenburg kenti ile birlikte paylaşmıştır. Bu çalışma, Málaga'nın Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri arasında sıralanmasında etken olan unsurların derlenmesi ve başarılı uygulamaların paylaşılması amacıyla kaleme alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda konuya yönelik yazın özeti verildikten sonra araştırma deseni tanımlanıp, başlıca araştırma bulgularından hareketle politika önerileri geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Şehir, Akıllı Turizm Destinasyonu, Avrupa Akıllı Turizm Başkenti, İspanya, Málaga.

JEL Kodları: L83, Z32, O52

¹ Sibel MEHTER AYKIN (Prof., Akdeniz Üniversitesi, Antalya, sibelaykin@akdeniz.edu.tr)

ORCID: 0000-0002-8646-0416

Publons ID: C-3596-2016

Geliş / Submitted: 4/02/2022

Düzeltilme / Revised: 22/03/2022

Kabul / Accepted: 26/03/2022

Yayın / Published: 15/05/2022

Atıf / Citation: Mehter Aykın, S. (2022). MÁLAGA: Avrupa Akıllı Turizm Başkenti (2020)*, Journal of Tourism Intelligence and Smartness, 5(1), 24-37.

* Bu çalışma, Understanding the Future of Tourism: Smart Tourism, Readiness and Solutions Congress / Turizmde Geleceği Anlamak: Akıllı Turizm, Hazırlıklar ve Çözümler Kongresi'nde (25-27 Haziran 2021, Zoom Platformu) sunulan ve tebliğler kitabında yayınlanan bildirinin gözden geçirilmiş versiyonudur.

Abstract

Having been one of the traditional destinations of the European Union, Spain was ranked in the second row of the top ten list of the United Nations World Tourism Organisation in terms of international tourist arrivals and international tourism receipts as of 2019. Obviously, the successful performance of Spain lays in its adaptation to the paradigm shift in the field of tourism. The city of Málaga in Spain was awarded the European Capital of Smart Tourism (2020) prize together with the city of Gotheburg in the Netherlands at the competition organized by the European Union in order to support the sustainable, accessible and innovative destinations. This paper aims at compiling the aspects leading Málaga to be enumerated as the European Capital of Smart Tourism and sharing the best practices. To this end, after providing a summary of the literature on the topic, the research pattern is defined, and policy recommendations based on the findings of the research are developed.

Keywords: Smart City, Smart Tourism Destination, European Capital of Smart Tourism, Spain, Málaga.

Jel Codes: L83, Z32, O52

Giriş

Küresel ölçekte bir önceki yıla kıyasla %4 büyüyen uluslararası turist varışları, 2019 yılı itibarıyla 1,460 milyon kişiye; %3 artan uluslararası turizm gelirleri ise aynı yıl itibarıyla 1,481 milyar dolara ulaşmıştır (UNWTO, 2020: 2). Küresel sağlık ve güvenlik tehditlerinin veya finansal ve ekonomik krizlerin yaşandığı kırıma dönemleri hariç, tüm zamanlarda küresel hasılanın yaklaşık %1,5 ila %2'sini karşılayan turizm sektörü kimyasallar ve yakıttan sonra üçüncü büyük ekonomik faaliyet alanını oluşturmaktadır (UNWTO, 2020: 4). Geleneksel destinasyonlara sahip Avrupa Kıtası uluslararası turizm hareketlerinden en büyük payı almaktadır. 2019 yılı itibarıyla Avrupa'nın uluslararası turist varışlarından aldığı pay %51 (744 milyon kişi), uluslararası turizm gelirlerinden aldığı pay ise %39 (576 milyar dolar) olarak gerçekleşmiştir (UNWTO, 2020: 10).

Thomas Cook'un faaliyetlerini durdurması, bazı havayolu firmalarının iflası, Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden çekilme kararı ve uluslararası ticaret savaşları gibi bir dizi olumsuz gelişmeye rağmen, İspanya Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) en çok turist alan ve en çok turizm geliri elde eden ülkeler listesinde ilk sıralardaki konumunu muhafaza etmeyi başarmıştır. UNWTO raporuna göre; İspanya'ya yönelik uluslararası turist varışları 2019 yılında bir önceki yıla kıyasla %1

oranında artarak 84 milyon kişiye ulaşmıştır. Bu rakam İspanya'yı Fransa'dan sonra ikinci sıraya yerleştirirken, İspanya'nın uluslararası turist varışları bağlamında Avrupa içindeki payı %11,2 olarak gerçekleşmiştir (UNWTO, 2020: 8 ve 18). Öte yandan, İspanya'nın uluslararası turizm faaliyetlerinden elde ettiği gelir de bir önceki yıla kıyasla %3 artarak 80 milyar dolara ulaşmış, bu rakam benzer şekilde İspanya'yı Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra ikinci sıraya yerleşmiştir (UNWTO; 2020: 8). İspanya'nın uluslararası turizm gelirleri bağlamında Avrupa içindeki payı ise %13,8 olarak gerçekleşmiştir (UNWTO, 2020: 8 ve 18).

İspanya'nın başarılı performansının arkasında yatan gerçek, hiç kuşkusuz, değişen sosyo-ekonomik koşullara ve teknolojik gelişmelere ayak uydurmuş olmasıdır. Nitekim İspanya'nın Málaga kenti, Avrupa Birliği'nin sürdürülebilir, erişilebilir ve yenilikçi destinasyonları desteklemek üzere başlattığı Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri (*European Capital of Smart Tourism*) yarışmasında 2020 yılı birinciliğini Hollanda'nın Gothenburg kenti ile birlikte paylaşmıştır. Bu çalışma, Málaga'nın Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri arasında sıralanmasında etken olan unsurların derlenmesi ve başarılı uygulamaların paylaşılması amacıyla kaleme alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda konuya yönelik kavramsal çerçeve ve yazın özeti sunulduktan sonra, araştırma deseni tanımlanıp başlıca bulgulardan hareketle politika önerileri geliştirilmektedir.

Kavramsal Çerçeve ve Yazın Özeti

İngilizce'de yer alan *smart* kelimesi canlı (*lively*), dinamik (*vigorous*), görkemli (*bright*), zeki (*intelligent*), şık (*spruce*) anlamlarına gelmek üzere kullanılmaktadır (Longman Dictionary of Contemporary English). Kelimenin çağrıştırdığı anlamları bütünüyle yansıtmamakla birlikte, dilimizde söz konusu kavramın karşılığı olarak *akıllı* kelimesinin kullanımı tercih edilmiştir. 2000'li yılların ikinci yarısından itibaren yaşanılan yerleri tarif etmek üzere *akıllı şehir* kavramının, güncel gelişmelere ayak uyduran ve bunu nakde tahvil eden varış noktalarını tarif etmek üzere de *akıllı turizm destinasyonu* kavramının sıkça kullanıldığı izlenmektedir.

Görece yeni bir kavram olan akıllı şehirlere dair geniş bir kesimin üzerinde uzlaşmaya vardığı ortak bir tanıma henüz ulaşılmış değildir. Literatürde, teknolojik altyapı hususunu ön planda tutan tanım ve çalışmalar olduğu gibi (Washburn ve Sindhu, 2010; Anthopoulos ve Fitsillis, 2010; Monteresen ve diğerleri, tarih yok; Gajdošik, 2018), teknik boyutun yanı sıra yönetim boyutuna da değinen çalışmalar mevcuttur (Caragliu ve diğerleri, 2011; Nam ve Pardo, 2011; Schaffers ve diğerleri, 2011; Russo ve diğerleri, 2014). Örnek vermek gerekirse; Washburn ve Sindhu (2010: 2) *akıllı şehirleri*; yönetim, eğitim, sağlık, kamu güvenliği, konut, ulaşım ve elektrik, su, havagazı dağıtım gibi şehrin temel altyapı hizmetlerinin sunumunu daha bütüncül ve etkin kılan bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) kullanımı üzerinden tanımlamaktadır. Konuya daha geniş bir bakış açısıyla yaklaşan Caragliu ve diğerleri (2011: 6), doğal kaynakların rasyonel kullanımı koşulu altında tüm iletişim altyapısına, beşeri ve sosyal sermayeye yatırım yapılması yoluyla ekonomik büyümenin hızlandırılması ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi halinde ve tüm bunların katılımcı bir anlayışla gerçekleştirilmesi durumunda *akıllı şehirlerden* söz edilebileceğini belirtmektedirler. Avrupa Parlamentosu (European Parliament, 2014: 25) ise, yaptığı tanıma belediyeleri dahil etmektedir. Buna göre; kamusal meselelere belediyeler eliyle paydaşlarla birlikte BİT tabanlı çözümler üretebilen şehirler *akıllı şehir* vasfı taşımaktadırlar.

Tablo 1'de sunulduğu gibi teknoloji unsuru, insan faktörü ve kurumsal faktörler olmak üzere akıllı şehirlerin başlıca üç bileşeni bulunduğu görüşü araştırmacılar arasında kabul görmüştür (Nam ve Pardo, 2011: 285-288; European Parliament, 2014: 29-31). Hemen hemen tüm araştırmacıların üzerinde uzlaştığı bir diğer husus da akıllı şehirlerin karakteristik özellikleridir. Giffinger ve diğerleri (2007: 12), Tablo 2'de görüleceği üzere, akıllı şehirlerin karakteristik özelliklerini altı maddede toplamıştır. Daha sonra, Cohen (2012) tarafından *akıllı şehir çember modeline* dönüştürülen bu altı özellik akıllı şehirlerin incelendiği çalışmalarda (European Parliament, 2014: 26 - 28; Çelik ve Topsakal, 2017: 152-153; Jasrotia ve Gangotia, 2018: 50) temel referans materyali halini almıştır. Tablo 2'de de görüleceği üzere bunlar sırasıyla; (1) *akıllı yönetim*, (2) *akıllı ekonomi*, (3) *akıllı hareketlilik*, (4) *akıllı çevre*, (5) *akıllı insan*, (6) *akıllı yaşamdır*.

Tablo 1: Akıllı Şehirlerin Başlıca Bileşenleri

Teknoloji Unsuru	İnsan Unsuru	Kurumsal Faktörler
<ul style="list-style-type: none"> fiziksel altyapı akıllı teknolojiler mobil teknolojiler sanal teknolojiler dijital ağlar 	<ul style="list-style-type: none"> beşeri altyapı sosyal sermaye 	<ul style="list-style-type: none"> yönetişim politika tüzük ve yönergeler

Kaynak: European Parliament, 2014: 29

Tablo 2: Akıllı Şehirlerin Karakteristik Özellikleri

Akıllı Yönetişim	Akıllı Ekonomi	Akıllı Hareketlilik
<ul style="list-style-type: none"> karar alma sürecine katılım kamusal ve sosyal hizmetler şeffaf yönetim politik strateji ve hedefler 	<ul style="list-style-type: none"> yenilikçi ruh girişimcilik ekonomik imaj ve ticari markalar verimlilik işgücü piyasasında esneklik uluslararasılaşma dönüşüm kapasitesi 	<ul style="list-style-type: none"> yerel boyutta erişilebilirlik ulusal/uluslararası boyutta erişilebilirlik BİT altyapısının mevcudiyeti sürdürülebilir, yenilikçi ve güvenli ulaşım sistemleri
Akıllı Çevre	Akıllı İnsan	Akıllı Yaşam
<ul style="list-style-type: none"> doğal olanın cazibesi kirliliğin kontrolü ve izlenmesi çevre koruma kaynakların sürdürülebilir yönetimi 	<ul style="list-style-type: none"> yeterlilik seviyesi yaşam boyu öğrenmeye yatkınlık toplumsal ve etnik çoğulculuk esneklik yaratıcılık kosmopolitanlık/açık görüşlülük kamusal yaşama katılım 	<ul style="list-style-type: none"> kültürel olanaklar sağlık koşulları bireysel güvenlik konut kalitesi eğitim imkanları turistik cazibe unsurları sosyal uyum

Kaynak: Giffinger ve diğerleri, 2007: 12

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (tarih yok: 20) ise, 2020-2023 Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında *akıllı şehir* kavramını “Paydaşlar arası işbirliği ile hayata geçirilen, yeni teknolojileri ve yenilikçi yaklaşımları kullanan, veri ve uzmanlığa dayalı olarak gerçekleştirilen ve gelecekteki problem ve ihtiyaçları öngörerek hayata geçirilen çözümler üreten daha yaşanabilir ve sürdürülebilir şehirler” şeklinde tanımlamıştır. Toparlamak gerekirse akıllı şehirler;

- ❖ şehir vizyonu çerçevesinde tanımlanan hedeflere ulaşmak üzere kamu kesimi, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının ortaklaşa çalıştığı;
- ❖ BİT tabanlı sistemlerin ve iş modellerinin geliştirilmesine bağlı olarak verimliliğin arttığı;
- ❖ BİT ile desteklenen, çevreyle dost, entegre ulaşım ve lojistik sistemlerinin yaygınlaştığı;
- ❖ yeşil kentleşmenin, yenilenebilir enerjinin, geri dönüşümün, çevresel kirlenmeyle mücadelenin, kıt kaynakların rasyonel kullanımının öncelikli addedildiği;
- ❖ yeni nesil becerilere sahip bireylerden oluşan kapsayıcı, yaratıcı ve yenilikçi bir toplumun var olduğu;
- ❖ teknolojik gelişmelerin getirdiği yeni yaşam tarzının, tüketim kalıbının, tutum ve davranışların serpilerek geliştiği ve
- ❖ sosyal uyumun sağlandığı yaşam alanlarıdır.

Akıllı şehirlerden yola çıkarak akıllı destinasyon ve akıllı turizm kavramlarını tanımlamak mümkündür. Yeterli teknolojik altyapıya ve yenilikçi ürünlere sahip, ağlara entegre, beşeri altyapısı güçlü, politika oluşturma süreçlerine katılımın sağlandığı turistik şehirlerin akıllı destinasyon olarak tanımlanacağı ve bu destinasyonlarda sunulan ürün ve hizmetlerin de turistlere eşsiz bir deneyim yaşatacağı şüphesizdir. Bu bağlamda, *akıllı destinasyonları* akıllı şehirlerin sunduğu imkanları kullanarak turiste hizmet sunan varış noktaları, *akıllı turizmi* de akıllı turistik ürün ve hizmet bileşenleri ile gerçekleştirilen turizm faaliyeti şeklinde düşünmek olasıdır. Jasrotia ve Gangotia'nın (2018: 53) da belirttiği gibi, *akıllı turizm destinasyonları* turistlere eşsiz bir deneyim yaşatmak, işletmelere ise kar sağlamak üzere mevcut teknolojik araçları, yenilik ve teknikleri kullanan şehir ya da yerlerdir.

Kolayca anlaşılacağı üzere, turistik destinasyonların akıllı niteliği kazanabilmesi için tüm paydaşların karar süreçlerini desteklemek üzere anlık bilgi transferlerinin BİT tabanlı cihazlarla sağlanması ve dinamik bir platform üzerinden çok sayıda paydaşın aynı anda etkileşime dahil edilmesi gerekmektedir (Buhalis ve Ammaranggan, 2014: 557-558; Buhalis, 2015: 378). Akıllı şehirlerin sunduğu teknolojik altyapıyı yoğun bir şekilde kullanan varış noktaları *akıllı turizm destinasyonu* görünümü kazanmaktadır. Bu destinasyonlarda, teknolojik altyapıyı kullanarak yörede sunulan tüm ürün ve hizmetlere dair eksiksiz bilgiye ulaşan turistler ihtiyaçları doğrultusunda kişiselleştirdikleri uygulamalar sayesinde

eşsiz bir tatil deneyimi edinme fırsatı yakalarken, destinasyon yönetim örgütleri, yerel kuruluşlar ve turizm işletmeleri teknolojik altyapı sayesinde derlenen ve işlenen verilere dayanarak karar alma ve eylemde bulunma süreçlerini uygun bir şekilde yönetebilmektedirler.

Tran ve diğerleri (2017: 193-197), akıllı turizm destinasyon modellerinin büyük ölçüde akıllı şehir kriterlerine dayandırıldığı tespitinde bulunduktan sonra, söz konusu kriterlerin turizm iş kolunu açıklama konusunda yetersiz kaldığını belirtmişlerdir. Mevcut modellere alternatif olarak geliştirdikleri modelde adı geçen araştırmacılar, Buhalis'in (2000: 98) rekabetçi destinasyonları analiz etmek üzere kaleme aldığı çalışmasından hareketle, 6A Modelini (*attraction / çekicilik, accessibility / erişilebilirlik, amenities / fırsatlar, ancillary / destek hizmetleri, activities / aktiviteler, available packages / turizm paketleri*) kendilerine referans almışlardır. 6A Modelinin her bir boyutuna *akıllı (smart)* kavramını ekleyen Tran ve diğerleri (2017: 197), bu kez 6SA Modeli (*smart attraction / akıllı çekicilik, smart accessibility / akıllı erişilebilirlik, smart amenities / akıllı fırsatlar, smart ancillary / akıllı destek hizmetleri, smart activities / akıllı aktiviteler, smart available packages / akıllı turizm paketleri*) olarak adlandırdıkları yaklaşımlarında, Tablo 3'de özetlendiği gibi, 6 akıllı kriteri toplam 57 gösterge ile pekiştirerek akıllı turizm destinasyonlarını söz konusu parametreler üzerinden değerlendirmeye çalışmışlardır.

Tablo 3: Akıllı Turizm Destinasyon Kriterleri ve Göstergeleri

Kriterler	Göstergeler
Akıllı Çekicilikler (Smart Attractions)	Yapay Çekicilikler (bina, park, rekreasyon, eğlence) Kültürel Miras Özel Etkinlikler Çekicilik Yönetimi
Akıllı Erişilebilirlik (Smart Accessibility)	Fiziksel Hareketlilik (toplu taşıma, coğrafi konum sistemi, engelli ve yaşlı turistler, trafik yönetimi, kamu güvenliği) Dijital Hareketlilik (internete erişim, web siteleri, mobil uygulamalar, sosyal medya, tanıtım, NFC etiketleri, QR kodlar, bilgi servisleri, nesnelerin interneti, tavsiye sistemleri) Erişilebilirlik Yönetimi
Akıllı Fırsatlar (Smart Amenities)	Doğal Fırsatlar Yapay Fırsatlar (otel ve restoran, kontrol sistemi, içerik yönetimi, yenilikçi kamu-özel sektör iletişim ağı, misafirperverlik ağı) Fırsat Yönetimi
Akıllı Destek Hizmetleri (Smart Ancillary)	Banka (akıllı bankacılık, ödeme sistemi) Posta Servisi Sağlık Hizmeti (ilaç ve coğrafi konumlama, tıbbi geçmiş ve tedavi uygulamaları, sağlık turizmi bilgilendirmesi) Yöre Halkı (akıllı topluluk, kültürel değişim ve karşılıklı zenginleştirme) Vatandaş Gazeteciliği E.kültür Geri Bildirim Yardımcı Hizmet Yönetimi
Akıllı Aktiviteler (Smart Activities)	İş - MICE (toplantı, tesislik seyahatleri, konferans, sergi) Boş Zaman (üçüncü şahısların eğlence kaynaklarına hızlı erişim, açık veri, doğa ve macera yönetimi) Aktivite Yönetimi
Akıllı Turizm Paketleri (Smart Available Packages)	Taşıma Paketi (ulaşım yöntemi) Konaklama Paketi (konaklama türü) Hizmet Paketi (çok dilli paketler) Harmanlanmış Paketler (çip tabanlı akıllı turist kartları, nihai kullanıcı internet hizmet sistemleri yönetimi) Paket Yönetimi

Kaynak: Tran ve diğerlerinden (2017: 198-201) özetlenmiştir.

Kolayca anlaşılacağı üzere, tüm araştırmacılar ve kurumlar yaptıkları çalışma amacına en uygun tanım ve kriterleri geliştirerek akıllı turizm yazınına katkıda bulunmuşlardır. Keza, Avrupa Birliği de bu çalışmanın ana konusunu oluşturan yarışmaya referans oluşturması açısından akıllı turizm destinasyonu kavramından ne anladıklarını açıklama yoluna gitmiş; yarışmanın kazanana olabilmek için ilgili şehrin hangi koşulları karşılaması gerektiğini kriterlere bağlamıştır. İlk kez 2018 yılında çıkarılan Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışma çağrısı uyarınca; "akıllı turizm destinasyonu turizm ve konukseverlik ürünlerine, hizmetlerine, alanlarına ve tecrübelerine BİT tabanlı araçlarla erişimin sağlandığı varış

noktasıdır” (European Union, tarih yok a: 3). Akıllı turizm destinasyonu, kentin sosyal ve beşeri sermayesi üzerine kurgulanmış sağlıklı bir sosyal ve kültürel dokuya sahip olmalıdır. Akıllı turizm destinasyonu yenilikçi ve akıllı çözümler sunmalı, yenilikçi iş modellerinin geliştirilmesine ön ayak olarak bunların birbiriyle entegrasyonuna imkan vermelidir (European Union, tarih yok a: 3, Işık ve diğerleri, 2019: 166). Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışma şartnamesinde erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, dijitalleşme, kültürel miras ve yaratıcılık olmak üzere dört ayrı kategori belirlenerek, şehirlerin her bir kategorilerdeki performanslarını ölçmek üzere dört kriter (yenilikçi ve akıllı, sürdürülebilir, kapsayıcı, etkili olma durumu) tanımlanmıştır. Söz konusu girişim, gündemi yakalama ve Birlik düzeyinde tanımlı politik önceliklerin gereklerini yerine getirme çabasıyla şekillenmiştir.

Yöntem

Avrupa Akıllı Turizm Başkentlerinden Málaga'nın incelendiği bu çalışmada kullanılan araştırma yöntemi nitel araştırma yöntemleri arasında sıralanan durum çalışmasıdır. Durum çalışmasının kimi kaynaklarda örnek olay incelemesi ya da vaka çalışması olarak da ifade edildiği olmaktadır. Bu araştırma yönteminde bir ya da birkaç olgu “niçin” ve “nasıl” soruları çerçevesinde irdelenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 289). Bu çerçevede, Málaga kentinin hangi parametreler çerçevesinde ne tür faaliyetlerle Avrupa Akıllı Turizm Başkenti seçildiği irdelenmiştir.

Gerring (2007: 19) *durum* kavramını “belirli bir zaman diliminde tek bir noktada gözlemlenen olgu” şeklinde açıklamaktadır. Bu tanımdan hareketle, çalışma kapsamında ele alınan durum Málaga'nın Avrupa Akıllı Turizm Başkenti ilan edilmesidir. Chmiliar'ın (2010: 582) da belirttiği gibi, durum çalışmalarında belirli bir şekilde işleyen herhangi bir sistemin nasıl çalıştığı hakkında bilgi sahibi olmak için çoklu veri toplama yoluna gidilmektedir. Bu bağlamda, Málaga'nın akıllı turizm başkenti addedilme durumunun incelenmesinde Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışmasının kurgulayıcısı Avrupa Parlamentosu ile uygulayıcısı Avrupa Komisyonu'nun resmi belgelerinden ve ayrıca Málaga kentine dair çeşitli internet sayfalarından bilgiler derlenmiştir.

Durum çalışmalarında bir ya da birden çok olgu seçilebilmektedir. Olgu seçiminde esas olan seçilen olgu ya da olguların tesadüfen belirlenmesi değil, belirli bir amaç doğrultusunda stratejik olarak seçilmesidir (Bleijenbergh, 2010: 61). Araştırma sorunsalının betimsel olduğu bu çalışmada, yarışma alt kategorilerinin her birinde başarılı bulunarak 2020 yılında başkent ilan edilen ve bu anlamda Avrupa'daki akıllı turizm uygulamalarına verilebilecek en iyi örnek olan İspanya'nın Málaga kenti akıllı turizm olgusunu açıklamak üzere belirlenmiştir. Araştırma esnasında elde edilen bulguların akıllı turizmi referans alan destinasyonların çalışmalarına ışık tutacağı düşünülmektedir.

Yukarıda tanımlanan amaç ve başvuru yöntem çerçevesinde, ilk olarak İspanya'nın turizm potansiyeli ve Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışmasının parametreleri açıklanmakta, ardından Málaga kentini akıllı turizm başkenti yapan uygulama örnekleri verilmektedir. Çalışma, başlıca bulgulardan hareketle bir dizi politika önerisi ile sona ermektedir.

Bulgular

İspanya, 1986 yılında Portekiz ile birlikte Avrupa Birliği'ne (o günkü adıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu) katılmış bir üye devlettir. Avrupa Birliği'nde (AB) üye devletler turist gönderme ya da turist alma bakımından sahip oldukları konumlarından hareketle kendi turizm politikalarını oluşturmaktadır. AB kurum ve organları ise, turizm alanında tekipleştirme amacı gütmeyen, üye devletlerde yerleşik turizm girişimlerinin rekabet gücünü artırıcı tedbirler almakla yükümlüdür. Bu bağlamda, AB gerek üye devletlerin münferit turizm politikaları arasında, gerekse turizm sektörünü etkileyen diğer AB politikaları arasında eşgüdüm ve tutarlılık sağlama prensibiyle hareket etmektedir. Avrupa Komisyonu tarafından turizm alanında yıllık konferanslar düzenlemek ve çeşitli proje ya da yarışma çağrılarında çıkılmak suretiyle, üye devletlerde izlenen başarılı uygulamaların kıyas yöntemi (benchmarking) ile yaygınlaştırılması için çaba sarf edilmektedir. Bu kapsamda, Avrupa Parlamentosu'nun girişimiyle Avrupa Komisyonu tarafından üye devletlerin bireysel girişimlerini desteklemek üzere Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışması düzenlenmiştir.

Turizm alanında Birlik düzeyinde atılan adımlar, hiç kuşkusuz diğer tüm sektörel yaklaşımlarda olduğu üzere, AB'nin çeşitli stratejik plan ve hedefleri çerçevesinde şekillenmektedir. Gerek araştırmacıların, gerek yerel yöneticilerin, gerekse kamu kurumları ile özel sektör kuruluşlarının yoğun bir şekilde taraf olduğu akıllı şehir, akıllı destinasyon, akıllı turizm tartışmaları AB kurumlarına ilham kaynağı olmuş; Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimini de beraberinde getirmiştir. Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimi mevcut tartışmaları sentezlemenin yanı sıra, Avrupa çapında akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı büyümeyi öngören AB-2020 stratejik önceliklerini karşılayan ve ayrıca

AB'nin turizm politikasının gereklerini bütünüyle yerine getiren bir uygulama olarak değerlendirilmektedir (Mehter Aykın, 2021: 6).

Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimi, karşılıklı etkileşim ve öğrenmenin sağlandığı bir atmosferde turizm destinasyonlarının akıllı öncelikler çerçevesinde bir diğeriyle yarıştığı tamamen yenilikçi bir uygulamayı ifade etmektedir. Bu bölümde, İspanya'nın turizm göstergelerine ve turizm yönetişimine dair bilgi sunulduktan sonra İspanya'nın Málaga Kenti'ni akıllı turizm başkenti yapan uygulamalardan bahsedilecektir. Böylelikle, Málaga Kenti'nin hayata geçirdiği başarılı uygulamaların diğer destinasyonlara ilham kaynağı olacağı düşünülmektedir.

İspanya'da Turizm Yönetişimi

İspanya, uluslararası turizm varışlarından ve uluslararası turizm gelirlerinden önemli bir pay almaktadır. 2019 yılı itibariyle, 83.509.000 ziyaretçiye kapılarını açmak suretiyle Dünya Turizm Örgütü'nün uluslararası turist varışlarından en çok pay alan ülkeler listesinde ikinci sırada yer almıştır (UNWTO, 2020: 18). Aynı yıl itibariyle 79.708.000.000 dolar gelir elde eden İspanya, bu kez de en çok uluslararası turizm geliri elde eden ülkeler listesinde ikinci sırada yer almıştır (UNWTO, 2020: 18). Turizm sektörü İspanyol ekonomisinin ana arterlerinden birini oluşturmaktadır. 2019 yılı verileriyle, İspanya'nın gayri safi yurtiçi hasılasının %12'si turizmden sağlanmaktadır ((UNWTO, 2020: 6). Birçok Akdenizli ülkede olduğu gibi, çoğu küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden oluşan turizm sektörü ülkedeki istihdamın yaklaşık %13'ünü karşılamaktadır (OECD, 2018: 271). İspanya'nın uluslararası turizm bilançosu 2019 yılı itibariyle 52 milyar dolar fazla vermiştir (UNWTO, 2020: 5). Bir başka ifadeyle, turizm sektörü bir bütün olarak ülkenin dış ticaret açıklarını kapamada da büyük bir rol üstlenmektedir.

İspanya'da turizm sektörünün sevk ve idaresi, yakın bir zamana kadar Enerji, Turizm, Dijital Gündem Bakanlığı (*Ministry of Energy, Tourism and Digital Agenda*) tarafından sağlanmıştır. 2018 yılında yeniden yapılanan bakanlık Endüstri, Ticaret ve Turizm Bakanlığı (*Ministry of Industry, Trade and Tourism*) adıyla faaliyetleni sürdürmektedir (OECD, 2020: sayfa no yok). Mevcut haliyle Endüstri, Ticaret ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Turizm Genel Müdürlüğü (*State Secretariat of Tourism*) merkezi hükümetin sorumluluğunda bulunan turizm politikasının oluşturulması, uygulanması, uygulamalarda ulusal ve uluslararası düzeyde eşgüdümün sağlanmasından sorumludur. Turizm Genel Müdürlüğü altında yapılandırılmış iki Daire Başkanlığı mevcuttur. Bunlar; İşbirliği ve Turizmde Rekabet Edebilirlik Dairesi (*Department for Co-operation and Tourism Competitiveness*) ile Turizm Gelişimi ve Sürdürülebilirlik Dairesi'dir (*Department for Tourism Development and Sustainability*). Turizm Genel Müdürlüğü kendisine atfedilen görevleri yerine getirirken 3 bağlı kuruluş ile eşgüdüm halinde çalışmaktadır. Bunlar sırasıyla; SEGITTUR (*State Society for the Management of Innovation and Tourism Technologies*), *Paradores de Turismo S.A.* (*State Network of Paradores de Turismo de España*) ve *Turespaña'dır* (*Spain Institute for Tourism*). Turizm Genel Müdürü aynı zamanda Turespaña Başkanı sıfatını da taşımaktadır (OECD, 2018: 271-272).

SEGITTUR, turizm sektöründe inovasyon ve yeni teknolojilerin gelişimi için ar-ge faaliyetlerinde bulunan bir kamu kurumudur (OECD, 2018: 272). Endüstri, Ticaret ve Turizm Bakanlığı'na bağlı bulunan Turizm Genel Müdürlüğü, SEGITTUR üzerinden akıllı turizm destinasyonları projesini başlatmıştır. SEGITTUR'a göre; akıllı destinasyon, turizmde sürdürülebilir gelişmenin sağlanabilmesi için teknolojiyi kullanan, tüm kesimlerin erişimine açık bulunan, ziyaretçilerin çevre ile etkileşimine ve bütünleşmesine olanak sağlayan, ayrıca bir yandan turistin destinasyonda deneyimlediği hizmet kalitesini artırırken, diğer yandan destinasyonda yerleşik kişilerin de yaşam kalitesini iyileştiren yenilikçi turist varış noktasıdır (OECD, 2018: 79).

1930'lu yıllarda kurulmuş bulunan Paradores de Turismo S.A., kamu iktisadi teşekkülü niteliğinde bir otel ağıdır. Paradores de Turismo S.A'ya bağlı çoğu tarihi merkezlerde konuşlanmış 95 adet konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerde yaklaşık 3.500 personel ile turistlere hizmet sunulmaktadır (OECD, 2018: 272).

Turespaña, yabancı ülkeler nezdindeki İspanyol Büyükelçilikleri ve Konsoloslukları tarafından desteklenen İspanyol Turizm Ofisleri ağı ile işbirliği halinde çalışan özerk bir kuruluştur. Turizmin bütüncül olarak planlanmasında, planların uygulanmasında, uygulamanın takibinde Merkezi yönetimin birincil yardımcısı konumundadır. Turespaña'nın görev tanımı içerisinde şunlar bulunmaktadır:

- ❖ Bölgesel yönetimler, yerel yönetimler ve özel sektör kuruluşları ile işbirliği halinde uluslararası pazarlarda turizm tanıtımını yapmak;
- ❖ Merkezi yönetim, kamu kurumları ve özel sektör kuruluşları ile birlikte hareket ederek turizm politikasını oluşturmak;

- ❖ Yurt dışındaki turizm girişimlerini ve uluslararası işbirliklerini desteklemek;
- ❖ Turizme dair veri derlemek ve işlemek, oluşturulan bilgiyi ilgili kurum ve kuruluşlarla paylaşmak;
- ❖ Destinasyonların rekabetçiliğini artırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, hizmet kalitesini artırmak ve yenilikçi ürünler tasarlamak üzere çeşitli plan ve programlar geliştirmek;
- ❖ Turizm sektörünün modernizasyonunda, teknoloji tabanının güçlendirilmesinde, yönetim süreçlerinin etkinliğinin sağlanmasında katalizör olmak;
- ❖ Paradores de Turismo S.A.'nin yatırımlarını stratejik bir yaklaşımla planlamak (OECD, 2018: 271-272).

İspanya'da 17 bağımsız bölge bulunmaktadır. Bu bölgelerin her biri kendi sınırları içerisinde turizm yönetiminden ve tanıtımından sorumludur. Merkezi yönetim ile bölgesel yönetimler arasında işbirliği ve eşgüdüm sağlamak üzere dört ayrı organ tanımlanmıştır. Bunlar sırasıyla; (1) İspanyol Turizm Konseyi (*Spanish Tourism Council - CONESTUR*), (2) Sektörel Turizm Konferansı (*Sectoral Tourism Conference*), (3) Bakanlıklar-arası Turizm Komitesi (*Inter-ministerial Conference for Tourism*), (4) Turespaña Danışma Konseyi'dir (*Turespaña's Advisory Board*). İspanyol Turizm Konseyi; merkezi yönetim, bölgesel yönetim ve şehir yönetimi gibi tüm yönetim kademelerini ve ayrıca ticaret odaları, işveren sendikaları, işçi sendikaları, meslek örgütleri gibi geniş yelpazede tüm özel sektör temsilcilerini bir araya getiren istişari nitelikte bir organdır. Sektörel Turizm Konferansı; merkezi yönetim temsilcileri ile bölgesel yönetim temsilcilerini bir araya getiren istişari, yönetsel ve akademik eşgüdüm sağlayan bir organdır. Bakanlıklar-arası Turizm Komitesi; turizm ile bağlantılı bakanlıkların temsilcilerinin yer aldığı bir organdır. Turespaña Danışma Konseyi ise; özel sektör ile işbirliğini geliştirmek üzere 2013 yılında kurulmuş bir organ olup, burada görev yapan on bir üyenin beşi özel sektörden seçilmektedir (OECD, 2018: 272-273). Bu istişari kuruluşların kendine özgü birer bütçesi ya da personeli bulunmamaktadır. Bu kuruluşlara Bakan ya da Turizm Genel Müdürü başkanlık etmekte olup, sekreteryaya hizmetleri tamamen Turizm Genel Müdürlüğü tarafından sunulmaktadır (OECD, 2020: sayfa no yok).

2030 yılı itibariyle gerçekleştirilmesi öngörülen Birleşmiş Milletler (BM) Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine katkı sağlamak üzere, İspanya ulusal Sürdürülebilir Turizm Stratejisini (2030) tanımlamıştır. Stratejinin amacı, ülkenin turizmdeki lider pozisyonunu koruyan ve kollayan bir sürdürülebilir büyüme modeline geçişi sağlamaktır. Bu büyüme modelinde sektörün temel bileşenlerini oluşturan doğal-kültürel varlıkların korunması ve gelecek nesillere aktarılması elzemdir. Sürdürülebilir Turizm Stratejisi (2030), 5 temel prensip çerçevesinde yapılandırılmış olup, bunlar aşağıdaki gibidir (OECD, 2020: sayfa no yok):

1. Sosyo-ekonomik büyümenin sağlanması: Bu prensip kapsamında, işletmelerin karlılığı artarken aynı zamanda yaratılan zenginliğin daha adil dağılımının teminat altına alınması ve işletmeler ile destinasyonların değişime ayak uydurmalarını destekleyen bir yaklaşımın benimsenmesi yoluyla turizmde geniş bir perspektiften sürdürülebilirliğin sağlanması öngörülmektedir.
2. Doğal ve kültürel kaynakların korunması: Bu prensip kapsamında, turizm deneyiminin bir parçası olarak doğal-kültürel varlıkların tanıtılması ve tutundurulması ve aynı zamanda ekolojik dengenin sağlanması için eşsiz doğal-kültürel mirasın korunmasına imkan veren bir atmosferin oluşturulması öngörülmektedir.
3. Toplumsal fayda yaratılması: Bu prensip kapsamında, fırsat ve güçlüklerin eşit paylaşıldığı bir sosyo-ekonomik gelişimin dinamosu bağlamında turizm sektörünün sevk ve idaresi ve bu çerçevede kırsal alandan kaçış ve bölgeler arası eşitsizliklerle mücadele gibi İspanyol toplumunun yüzleşmek durumunda kaldığı sorunların çözümüne destek olunması öngörülmektedir.
4. Geniş bir kesim tarafından katılım ve sahiplenmenin sağlanması: Bu prensip kapsamında, geniş bir yelpazeye yayılan turizm paydaşlarının tamamının tüm süreçlere katılımını sağlayan ve turizm sektörü ile her kademedeki kamu yönetimi arasında sağlam bir yönetişimi teminat altına alan mekanizmaların geliştirilmesi öngörülmektedir.
5. Kalıcı bir adaptasyonun sağlanması: Bu prensip kapsamında, turizmin salt büyümesi değil, aynı zamanda yeni iş modelleri, değişen müşteri tercihleri ve artan rekabet ile özdeşleşen dinamik bir ortama adaptasyon kapasitenin geliştirilmesi için sektörün desteklenmesi öngörülmektedir.

İspanya'da turizm gelişim modeli sürdürülebilirlik, inovasyon, bilgi, dijitalleşme, uzmanlaşma ve kalite anahtar kavramaları üzerine yapılandırılmıştır. Málaga Belediyesi kentin akıllı destinasyon olma yolunda gelişmesi için referans alınacak beş yıllık bir stratejik plan tanımlamıştır (Ayuntamiento de Málaga, tarih yok: 6). Akıllı Turizm Destinasyonları Projesi (*Smart Tourism Destinations Project*) kısaca

PNIT (*Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015*) olarak bilinen ulusal turizm planının içine dahil edilmiştir¹. SEGITTUR'un öncülüğünde yürütülen proje kapsamında turizm sektöründe BIT'lerin kullanımı yoluyla yenilikçi, yaratıcı, farklılaştırılmış, rekabet gücü yüksek ve kaliteli hizmet sunumu amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, akıllı destinasyonlarda doğal ve kültürel cazibe unsurları sürdürülebilir bir anlayışla turizmin hizmetine sunulmakta; yenilikçi / yaratıcı kaynakların bulunması ve kullanımı yoluyla turistik ürünlerin üretim ve dağıtım zincirinde etkinlik artırılmakta; destinasyonların kaldırma kapasitesi gözetilerek turizm hareketlerinin sezonluk ve mekansal dağılımı iyileştirilmekte; turizmden elde edilen gelir artırılmaya çalışılırken yaratılan hasıladan yerel halkın da maksimum düzeyde pay almasına özen gösterilmekte ve turist memnuniyetinin artırılmasına yönelik stratejiler geliştirilmektedir (OECD, 2018: 79).

Bakanlık, Enerji, Turizm ve Dijital Gündem Bakanlığı adıyla faaliyetlerini yürüttüğü 2010'ların ikinci yarısından bu yana konaklama sektörünün dijitalleşmesi ve enerji verimliliğinin sağlanması için hibe desteği vermektedir (OECD, 2018: 99). Ulusal turizm yönetiminin emrine verilen bütçe, 2016 yılı itibarıyla 332,9 milyon avro tutarındadır. Buna ilave olarak, 17 bölgesel yönetim ve yerel idare de turizm sektörüne yönelik önemli oranda harcamalarda bulunmaktadır (OECD, 2018: 273). Öte yandan, 2016 yılından bu yana Balear Adaları'nda gecelik 2 Avro tutarında eko-vergi uygulaması başlatılmıştır. İster gemi, ister otel, ister devre mülk, ister kamping konaklaması olsun herhangi bir ayırım gözetilmeksizin geceleme bazında tahsil edilen bu vergi gelirleri Adanın mekânsal ve çevresel yöntemi ve ayrıca turistlere sunulan hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için kullanılmaktadır (OECD, 2018: 108). Kültür, sanat, gastronomi, alış-veriş bağlamında kişiselleştirilmiş deneyimlere meyilli "kosmopolitanlar" İspanya'nın turizm strateji belgelerinde tanımlanmış yeni hedef kitesini oluşturmaktadır (OECD, 2018: 46).

Málaga Destinasyonu'nda Akıllı Turizm Uygulamaları

Daha önce de belirtildiği üzere, Avrupa Komisyonu ilk kez 2018 yılında Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışma çağrısında bulunmuş ve 2019 yılı kazananlarını belirlemiştir. Çağrıya başvuruda bulunan şehirlerin dereceye girebilmeleri için (1) erişilebilirlik, (2) sürdürülebilirlik, (3) dijitalleşme ve (4) kültürel miras ve yaratıcılık olmak üzere dört kategoride olgunluğa ulaşmış olmasını beklemektedir (Bakınız Tablo 4). Nitekim, yarışma çağrısı uyarınca "akıllı turizm şehri;

- ❖ 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 temin eden,
- ❖ yeni teknolojiler, karşılıklı bağlantılar ve birlikte sunulan hizmetler aracılığıyla turizm ürün ve hizmetlerine erişimi kolaylaştıran kentsel alan"

şeklinde tanımlanmıştır (Mehter Aykın, 2021: 8; European Union, tarih yok b: 3). Komisyon'un 2020 yılı Avrupa Akıllı Turizm Başkentlerini belirlemek üzere çıktığı yarışma çağrısına 17 üye devletten toplam 35 şehir başvuruda bulunmuş; İspanya'nın Málaga ve İsveç'in Gothenburg kentleri yarışmanın kazananları olmuştur. Bu bölümde, Málaga kentini akıllı turizm başkenti yapan uygulamalar dört kategori altında incelenecektir.

Tablo 4: Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri Yarışması Bileşenleri	
Erişilebilirlik	Sürdürülebilirlik
❖ Kentin sunduğu cazibe unsurlarına erişimde kapsayıcılık	❖ İklim değişikliğiyle mücadele
❖ Bilgiye erişim destek sistemleri	❖ Doğal kaynakları korunması
Dijitalleşme	❖ Turist akımlarının sezonluk ve coğrafi dağılımı
❖ Hedef gruplara özel dijital bilgi sunumu	Kültürel Miras ve İnovasyon
❖ Akıllı yönetim için bilgi derleme	❖ Geleneklerin ve kültürel mirasın yeniden canlandırılması
❖ İnovasyon yoluyla reel ve sanal erişim	❖ Topluluk buluşma noktaları
	❖ Kültürel mirasın yaratıcı bir şekilde kullanılması

Kaynak: *Compendium of Best Practices: 2019 & 2020 European Capital of smart Tourism Competitions'*daki bilgiler referans alınarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

¹ Smart Tourism Destinations projesi hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.malagaturismo.com/en/site/smarttourism/pages/smart-tourism-destination/580> (Erişim: 15.05.2021)

Erişilebilirlik

Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri bağlamında erişilebilirlik kavramı, büyük ölçüde ulaşım ve haberleşme altyapısı ile ilişkilendirilmektedir. Hiçbir kimseyi dışarıda bırakmayacak şekilde kapsayıcı bir ulaşım altyapısının tesis edilmiş olması ve bunun haberleşme olanaklarıyla desteklenmesi akıllı destinasyonlar açısından önem arz etmektedir. Şehrin en ücra köşesine kadar erişimin sağlandığı entegre bir ulaşım altyapısının varlığı ve ulaşımın değişik araçlarla uygun fiyatla sunulması bir şehri çekim noktasına dönüştürmekte önemli bir görev üstlenmektedir. Özellikle görme engelliler, fiziksel engelliler, yaşlılar gibi toplumun değişik kesimlerinin ihtiyaçlarını karşılayan ulaşım ağları destinasyonların daha fazla turist çekmesine yardımcı olmaktadır. Ulaşım akslarına dair herkes tarafından anlaşılabilir yönlendirmelerin bulunması ve yerel dilin bariyer olmaktan çıkarılması turistler açısından hareketliliği kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, ödemelerin kolaylıkla yapılmasını sağlayan teknoloji tabanlı sistemlerin kurulmuş olması turistlerin hayatını daha da kolaylaştırmaktadır (Mehter Aykın, 2021: 9).

Málaga'da tüm yollar aynı seviyede yapılandırılmış kaldırımlara sahiptir. Bunun dışında, yaya yolları renkler ile ayrıştırılmıştır. Málaga kentine ait aplikasyon EMT (*Empresa Malaguena de Transportes*) görme engelli ziyaretçilere hitap eden fonksiyonlara sahiptir. Görme engelliler sesli sistem üzerinden durak taleplerini bildirebilmektedirler. Ulaşım araçlarının büyük bir bölümünde sesli uyarı sistemi mevcuttur. Bazı araçlarda Braille sistemi kullanıldığı gibi, bazılarında ise işitme engelliler için işaret dili ile anonsların yapıldığı ekranlar bulunmaktadır. Bazı turistik bilgiler artırılmış gerçeklik ile sunulmaktadır (Avrupa Birliği, 2020: 10).

2008 yılından bu yana Málaga'da festival tadında bir kültürel etkinlik olan "Beyaz Gece" (*La Noche en Blanco*) düzenlenmektedir. Sözü edilen festivalde fiziksel engelliler ile görme ve işitme engellilere yönelik rehberli turlar sunulmaktadır. Festivale özgü *Nocticula* isimli aplikasyon sayesinde festival programına ve gerekli tüm bilgilere herkes tarafından kolay erişim sağlanmaktadır. Ayrıca, festivale özel tasarlanmış bir web sayfası² da mevcuttur. Bunlara ilave olarak "Erişilebilir Málaga" (*Accessible Málaga*) web sayfasında³ kente ilişkin gerekli tüm bilgi ve yönlendirmelere İngilizce olarak ulaşmak mümkündür (Avrupa Birliği, 2020: 10).

Málaga'nın en büyük cazibe merkezlerinden birini oluşturan plajlara "Plajın Keyfini Çıkar Programı" (*Enjoy the Beach Program*) kapsamında tüm engelli bireylerin erişimi teminat altına alınmıştır. Şehirdeki sekiz plajın tamamında engelli rampaları, kumsal boyunca denize kadar uzanan yürüyüş parkurları, kolayca erişilebilir kabinler ve oturma alanları bulunmaktadır⁴. Bazı sahillerde engelli destek asistanları da mevcuttur (Avrupa Birliği, 2020: 15).

Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kavramının sırasıyla (1) ekonomik sürdürülebilirlik, (2) sosyal-kültürel sürdürülebilirlik, (3) çevresel sürdürülebilirlik olmak üzere üç boyutu bulunmaktadır. Şöyle ki (Mehter Aykın ve Kahraman, 2018: 127; UNCTAD, 2013: 15-16; UNEP & UNWTO, 2005: 11);

"Turizmin ekonomik açıdan sürdürülebilir olması için tüm paydaşların ekonomik faydalardan aynı oranda yararlandığı; kalıcı bir istihdamın, insana yakışır bir gelir düzeyi ile sosyal hizmetlerin teminat altına alınarak yoksullukla mücadelede kayda değer sonuçların alındığı uzun erimli bir iktisadi faaliyetin gerçekleşmesi esastır. Turizmin sosyal ve kültürel açıdan sürdürülebilir olması için ev sahibi toplumun otantik sosyo-kültürel dokusuna saygı duyulması; kültürel mirasın, gelenek ve göreneklerin korunması; kültürlerarası anlayış ve hoşgörüye katkıda bulunulması elzemdir. Turizmin çevresel açıdan sürdürülebilir olması için de bir yandan turizmin temel girdisini oluşturan çevresel kaynakların optimal kullanımı sağlanırken, diğer yandan ekolojik dengenin sürdürülmesi ve bu bağlamda doğal miras ile biyoçeşitliliğin korunması gerekmektedir."

Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri bağlamında sürdürülebilirlik ile kast edilen şey, hiç kuşkusuz, doğal kaynakların korunması ve yönetimi ile sınırlı değildir. Mevsimselliğin giderilmesi ve yöre halkının sürece dahil edilmesi de sürdürülebilirliğin ölçütleri arasında yer almaktadır (Mehter Aykın, 2020: 9-10).

Málaga yaklaşık 50 hektar doğal sit alanına, 60 hektar botanik bahçesine, 400 hektarın üzerinde yeşil alana ve 5 adet plaja sahip bir şehirdir. Doğal peyzaj çok iyi korunmuş olup, kuşları gözlemlemek

² La Noche en Blanco hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.lanocheenblancomalaga.com> (Erişim: 16.05.2021).

³ Guide to Malaga hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.guidetomalaga.com/> (Erişim: 16.05.2021).

⁴ Visit Costa del Sol Málaga hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.visitcostadelsol.com> (Erişim: 16.05.2021).

isteyen ziyaretçiler için doğal yürüyüş parkurları oluşturulmuştur⁵. Birleşmiş Milletler'e bağlı Eğitim ve Araştırma Enstitüsü (UNITAR – the United Nations Institute for Training and Research) tarafından 2018 yılında Málaga'da sürdürülebilir turizm konusunda eğitim veren CIFAL Merkezi (the International Training Centre for Authorities and Leaders in Málaga)⁶ kurulduğunu da belirtelim.

Málaga kentinde sürdürülebilirliği sağlamak üzere bir dizi politika, strateji ve eylem planı tanımlanmıştır. “2020-2050 Entegre Sürdürülebilirlik Stratejisi” (Integrated Sustainability Strategy 2020-2050) bunlara örnek olarak verilebilir⁷. Bu kapsamda, enerji tasarrufu sağlamak üzere sokak aydınlatmasında LED teknolojisine geçiş sağlanmış; enerji yönetim sistemi uygulamasına geçilmiş, elektrik şebekesi otomasyonu sağlanmış ve kente akıllı sayaçlar yerleştirilmiştir (Avrupa Birliği, 2020: 33).

Şehirde yerleşik kişilerin ve turistlerin yeterli ve temiz su kaynaklarına erişimi için park ve bahçelerde kullanılmak üzere akıllı sulama sistemi aracılığıyla su tasarrufu sağlanmıştır. Yağmur suyunun şehir şebekesine karışmasını önlemek üzere bir sistem geliştirilmiş; kokuyu önlemek amacıyla yağmur suyu drenaj ve bio-izleme sistemi oluşturulmuştur. Ayrıca, “Hava Kalitesi Sektörel Planı” (Air Quality Sectoral Plan) çerçevesinde hava kalitesinin ve gürültü kirliliğinin ölçümü yapılarak gerekli tedbirler alınmıştır. Kente yatırım yapmak isteyen yatırımcılara Málaga Belediyesi tarafından sektörel plan ve hedeflere ilişkin gerekli yönlendirmeler⁸ yapılmaktadır (Avrupa Birliği, 2020: 33).

Málaga'nın Elektrikli Ulaşım Planı kentte büyük ölçüde yeşil ulaşım yatırımlarının yapılmasını sağlamıştır. Málaga, İspanya'nın elektrikle çalışan otobüs filosu için dinamik indüksiyonlu şarjlı otobüs hatlarını tesis eden ilk şehridir. Şehirde ayrıca her yere ulaşımı mümkün kılan geniş bir bisiklet yolu ağı mevcut olup⁹, 23.000'den fazla kullanıcıya hizmet sunan 23 bisiklet kiralama istasyonu kurulmuştur (Avrupa Birliği, 2020: 38).

Dijitalleşme

Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri bağlamında dijitalleşme, sunulan tüm hizmetlerin dijital araçlarla zenginleştirilmesini ve turizm girişimlerin BİT tabanlı çözümlerle desteklenerek hizmet kalitesinin artırılmasını öngörmektedir (Mehter Aykın, 2021: 9-10). Burada amaç, dijital araçlarla desteklenmiş ürünleri kişiselleştirerek deneyimleyen turistlerin memnuniyetinin maksimum düzeye ulaştırılmasıdır.

“Teknolojik İnovasyon Stratejik Planı” (Strategic Plan for Technological Innovation 2018-2022) çerçevesinde Málaga'nın akıllı şehir olarak yeniden yapılandırılması için 155 milyon avro tutarında yatırım gerektiren 204 proje tanımlanmıştır¹⁰. Bu çerçevede, Málaga'daki tüm dijital kanallar turistlerin bilgiye erişimini kolaylaştıracak şekilde yapılandırılmıştır. Müzelere ve yerel turizm ofislerine yönelik uygulamaları mevcut olup, bu uygulamalar aracılığıyla işitsel ve görsel şehir rehberlik hizmeti sunulmaktadır. Şehrin stratejik noktalarına QR kodlar ve sesli yönlendirmeler (beacon) yerleştirilmiştir. Sosyal medya hesapları üzerinden de bilgiye ulaşmak mümkündür. Aradıkları yeri bulamayan turistler için şehir web sitesinin¹¹ sohbet fonksiyonu gerçek zamanlı hizmet vermektedir (Avrupa Birliği, 2020: 58).

“Málaga Akıllı Turistik Veri” (Málaga The Smart Data Turístico) sisteminde toplanan veriler turistlerin memnuniyetinin artırılması amacıyla destinasyondaki firmalarla paylaşılmaktadır. Bugüne kadar Şehir Konseyi'ne bağlı “Açık Veri Portalı”nda (Open Data Portal)¹² yer alan 700 dosya şehirde yaşayan kişi ve kurumların erişimine açılmıştır. Uygun bir formatta sunulan bu veriler sayesinde girişimciler

⁵ Why were we granted this award? Bakınız: <http://www.malagaturismo.com/en/site/smarttourism/pages/why-were-we-granted-this-award/572> (Erişim: 16.05.2021).

⁶ CIFAL Málaga hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://unitar.org/about/offices-training-centres-around-world/cifal-centres?title=+Malaga> Erişim: 16.05.2021.

⁷ Málaga Belediyesi'nin ilgili web sayfası Área de Sostenibilidad Medioambiental hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://medioambiente.malaga.eu/> Erişim: 16.05.2021.

⁸ Málaga Belediyesi'nin ilgili web sayfası Área de Gobierno para la Reactivación Económica, la Promoción Empresarial y el Fomento del Empleo Área de Economía Productiva için bakınız: <https://forinvestormalaga.com/home/> Erişim: 16.05.2021.

⁹ Málaga Belediyesi'nin ilgili web sayfası Área de Movilidad hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://movilidad.malaga.eu/> Erişim: 16.05.2021.

¹⁰ Innovation. Bakınız: <http://www.malagaturismo.com/en/site/smarttourism/pages/innovation/579> Erişim: 16.05.2021.

¹¹ Málaga Ciudad Genial hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.malagaturismo.com/> Erişim: 16.05.2021.

¹² City of Malaga Open Data Portal hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://joinup.ec.europa.eu/release/city-malaga-open-data-portal> Erişim: 16.05.2021.

tarafından kullanışlı uygulamalar yaratılması mümkün olmaktadır. Málaga ayrıca turistler için gerekli tüm bilgileri içeren çok katmanlı bir platform oluşturmak amacıyla 15 belediyeyi bir araya getiren *Smart Costa del Sol* projesini hayata geçirmiştir (Avrupa Birliği, 2020: 60).

Málaga Belediyesi, karayolu trafik kazalarının sanal olarak takip edilebileceği bir akıllı ulaşım yönetim sistemi geliştirmektedir. Ayrıca, turistlerin hayatlarını kolaylaştırmak üzere, belediye tarafından "Otopark Rehberlik Sistemi" (*Parking Guidance System*) oluşturulmuştur. Araba park yerlerindeki sensörler aracılığıyla otoparklardaki boş alanlar ücretsiz olarak *SMASSA* uygulaması (*Sociedad Municipal de Aparcamientos y Servicios SA*)¹³ üzerinden gerçek zamanlı olarak sürücülere aktarılmaktadır (Avrupa Birliği, 2020: 61).

Kültürel Miras ve Yaratıcılık

Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri bağlamında kültürel miras ve yaratıcılık, yöredeki kültürel varlıkların ve yenilikçi / yaratıcı kaynakların bir yandan bizzat turistlerin kendisinin, turizm işletmelerinin ve destinasyonların hizmetine sunularak nakde tahvil edilmesini, öte yandan bunların gelecek nesillere de kalacak şekilde korunmasını öngörmektedir (Mehter Aykın, 2021: 9-11).

Málaga, sunduğu turizm ürününü deniz-kum-güneş üçlemesinden daha ileriye taşımak amacıyla büyük ölçüde yeni sanat galerilerine¹⁴ ve modern müzelere¹⁵ yatırım yapmış; son on yıl içerisinde şehirdeki sergi alanı 35.000 m²'ye ulaşmıştır. Eski bir tütün fabrikası¹⁶ ile pazar binası¹⁷ kültürel amaçla kullanılmak üzere yenilenerek çevre düzenlemesiyle birlikte hizmete sunulmuştur. Sonuçta Málaga "Kimlik Sahibi Turizm" ödülüne (*Tourism with Identity Prize*) layık görülmüş ve sanatın yaşadığı bir kent olarak tanınmaya başlamıştır. Ayrıca, yenilikçi tur programları oluşturmak üzere yerel girişimlerle işbirliğine yönelen Málaga Belediyesi özgün dini rotalar, gastronomi rotaları, kültür rotaları oluşturmuştur (Avrupa Birliği, 2020: 79 ve 84).

Sonuç ve Öneriler

Thomas Cook'un faaliyetlerini durdurması, bazı havayolu firmalarının iflası, Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden çekilme kararı ve uluslararası ticaret savaşları gibi bir dizi olumsuz gelişmeye rağmen, İspanya UNWTO'nun en çok turist alan ve en çok turizm geliri elde eden ülkeler listesinde ilk sıralardaki konumunu muhafaza etmeyi başarmıştır. İspanya'nın başarılı performansının arkasında yatan gerçek, hiç kuşkusuz, değişen sosyo-ekonomik koşullara ve teknolojik gelişmelere ayak uydurmuş olmasıdır. Nitekim İspanya'nın Málaga kenti, Avrupa Birliği'nin sürdürülebilir, erişilebilir ve yenilikçi destinasyonları desteklemek üzere başlattığı Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri (*European Capital of Smart Tourism*) yarışmasında 2020 yılı birinciliğini Hollanda'nın Gothenburg kenti ile birlikte paylaşmıştır.

Avrupa Birliği, değişen paradigma karşısında destinasyonların yeniden yapılanması, turizm girişimlerinin teknolojik ürün ve hizmetlerdeki değişime ayak uydurması, yenilikçi ürünler geliştirmek suretiyle sektörün bir bütün olarak rekabet gücü kazanması ve tüm kesimleri kapsayan sürdürülebilir bir turizm gelişiminin sağlanması amacıyla Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri girişimini başlatmıştır. İlk kez 2018 yılında çıkarılan Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışma çağrısı uyarınca; akıllı turizm destinasyonu konukseverlik kaynaklarına, turizm alanlarına ve turistik ürünlere BİT tabanlı araçlarla erişimin sağlandığı varış noktası şeklinde tanımlanmış ve bu bağlamda değerlendirme kriterleri oluşturulmuştur. Buna göre; herhangi bir turizm destinasyonunun Avrupa Akıllı Turizm Başkenti olarak kabul görmesi için erişilebilirliğin, sürdürülebilirliğin, dijitalleşmenin sağlanması ve ayrıca kültürel miras ile yaratıcılığın ziyaretçilere sunulan ürünleri zenginleştirmek üzere kullanılması gerekmektedir.

Avrupa Akıllı Turizm Başkenti yarışması sadece üye ülkelere açık olmakla birlikte, akıllı turizm destinasyonu olma çabasındaki şehirlere ilham kaynağı oluşturmaktadır. Bu bağlamda, yarışmayı kazanan Malaga kenti etüd edilerek şu bulgulara ulaşılmıştır:

¹³ Málaga Belediyesi'nin ilgili web sayfası *SMASSA* (*Sociedad Municipal de Aparcamientos y Servicios SA*) hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.smassa.eu> Erişim: 16.05.2021.

¹⁴ Sanat galerileri ve sergiler hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.malagaturismo.com/en/sections/art-galleries-and-exhibition-rooms/12> Erişim: 16.05.2021.

¹⁵ Müzeler hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.malagaturismo.com/en/sections/museums/17> Erişim: 16.05.2021.

¹⁶ Tütün fabrikası hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.malagaturismo.com/en/tourist-resources/detail/antigua-fabrica-de-tabaco/51> Erişim: 16.05.2021.

¹⁷ Pazar binası hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.malagaturismo.com/en/tourist-resources/detail/ataranzanas-central-market/455> Erişim: 16.05.2021.

- Málaga’da ulaşım altyapısı planlanırken fiziksel engelliler ile görme ve işitme engelliler göz ardı edilmemiş; her türlü kültür merkezlerine ve plajlar gibi kamusal alanlara erişimleri kolaylaştırılmıştır. Kentin sahip olduğu cazibe unsurlarından dezavantajlı grupların diğer bireylerle eşit bir şekilde faydalanmalarını sağlamak üzere teknolojinin sunduğu olanaklardan faydalanılmış, çeşitli aplikasyonlar ve sesli interaktif destek mekanizmaları geliştirilmiştir.
- Málaga’da sürdürülebilir gelişmenin sağlanması için bir dizi politika, strateji ve eylem planı tanımlanmış, gösterge niteliğinde hedefler belirlenmiştir. Kente yatırım yapacak kişi ve gruplar politik öncelikler hususunda bilgilendirilmiştir. Sürdürülebilir turizm yaklaşımının tüm paydaşlar tarafından içselleştirilmesi için UNITAR’a bağlı CIFAL merkezi kurularak politika uygulayıcılarının çabaları eğitimlerle desteklenmiştir.
- Teknolojik İnovasyon Stratejik Planı çerçevesinde Málaga’nın akıllı şehir olarak yeniden yapılandırılması için 155 milyon Avro tutarında yatırım gerektiren 204 proje tanımlanmıştır. Turistlerin kalış süreleri boyunca ihtiyaç duyabileceği tüm hizmetler dijital ortama aktarılmak suretiyle, özellikle yabancılar için hayatı kolaylaştıran teknolojik araçlar kent yaşamının ayrılmaz bir parçası haline dönüştürülmüştür.
- “Kimlik Sahibi Turizm” ödülüne layık görülen Málaga kenti sunduğu turizm ürününü deniz-kum-güneş üçlemesinden daha ileriye taşımak amacıyla büyük ölçüde yeni sanat galerilerine ve modern müzelere yatırım yapmıştır. Ayrıca, yenilikçi tur programları oluşturmak üzere yerel girişimlerle işbirliğine yönelen Málaga Belediyesi özgün dini rotalar, gastronomi rotaları, kültür rotaları oluşturmuştur.

Özetle söylemek gerekirse; akıllı turizm uygulamaları, destinasyonların değişen paradigmaya ayak uydurarak yenilikçi bir kimlik kazanmalarına ve teknoloji tabanlı olarak zenginleştirilmiş hizmetlerle yeni nesil turistlerin eşsiz bir turizm deneyimi yaşamalarına olanak sunmaktadır. Bu bağlamda, AB tarafından hayata geçirilen Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışması yerinde bir girişimdir. Bu yarışma, aslına bakılırsa kriterleri karşılayan destinasyonların yeni nesil turistler nezdinde tanıtılıp tutundurulmasında, diğer destinasyonların ise başarılı uygulamalardan esinlenerek akıllı destinasyon olma yolunda yeniden yapılandırılmasında önemli bir misyon üstlenmektedir. Dolayısıyla, yarışma çağrılarının ve çağrı sonuçlarının yakından takip edilerek yenilikçi uygulamaların örnek alınması doğru bir yaklaşım gibi görünmektedir.

Kaynakça

- Anthopoulos, G. L.; Fitsilis, P. (2010). From Digital to Ubiquitous Cities: Defining a Common Architecture for Urban Development. Researchgate, DOI: 10.1109/IE.2010.61. Source: IEEE Xplore.
- Ayuntamiento de Málaga (tarih yok). Plan Estratégico Turismo de Málaga 2021-2024. <http://s3.malagaturismo.com/files/933/933/plan-estrategico-turismo-2021-2024-def.pdf> (erişim tarihi: 15/05/2021).
- 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.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of Future, *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Buhalis, D. ve Amaranggana, A. (2014). Smart Tourism Destinations, *Information and Communication Technologies in Tourism*, 553-564. DOI: 10.1007/978-3-319-03973-2_40.
- Buhalis, D. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. ResearchGate, DOI: 10.1007/978-3-319-14343-9_28.
- Caragliu, A. Del Bo, C. ve Nijkamp, P. (2011). Smart Cities in Europe. *Journal of Urban Technology*. 18(2), 65-82. DOI: <https://doi.org/10.1080/10630732.2011.601117>.
- Chmiliar, L. (2010). Multiple-case Design. Mills, A.J., Durepos, G., and Wiebe, E. (Yay. haz.). Encyclopedia of Case Study Research, Volumes I and II içinde. (Volume II, s. 582-583). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cohen, B.. (2012). What Exactly is a Smart City? <https://www.fastcompany.com/1680538/what-exactly-is-a-smart-city> (erişim tarihi: 26/03/2021).
- Çelik, P. ve Topsakal, Y. (2017). Akıllı Turizm Destinasyonları: Antalya Destinasyonunun Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 149-166.

- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (tarih yok). Ulusal Akıllı Şehir Stratejisi ve Eylem Planı (2020-2023). Ankara.
- European Parliament (2014). Mapping Smart Cities in the EU. Brussels. <http://www.europarl.europa.eu/studies> (erişim tarihi: 30/12/2019).
- 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 (2020) Compendium of Best Practices: 2019 & 2020 European Capital of Smart Tourism Competitions, Brussels.
- Gajdošík, T. (2018). Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe. Czech Journal of Tourism, 7(1), 25-44. DOI: 10.1515/cjot-2018-0002.
- Gerring, J. (2007). Case Study Research: Principles and Practices. USA: Cambridge University Press.
- Giffinger, R., Kramar, H., Kalasek, R., Pichler-Milanovic, N. ve Meijers, E. (October 2007). Smart Cities: Ranking of European Medium Sized Cities. Center of Regional Science, Viena UT. http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf (erişim tarihi: 30/12/2019).
- Işık, S., Çelik Çaylak, P., Topsakal, Y., Mehter Aykın, S. ve Yüzbaşıoğlu, N. (2019). Turizm 4.0. Ed.: Erdem, Ş. ve Sekreter, S. Endüstri 4.0, ATSO, Antalya, ss. 129-174.
- Jasrotia, A. ve Gangotia, A. (2018). Smart Cities to Smart Tourism Destinations: A Review Paper. Journal of Tourism Intelligence and Smartness, 1(1), 47-56.
- Longman, (1986). Smart. Dictionary of Contemporary English, England.
- Mehter Aykın, S. ve Kahraman, E. (2018). Sürdürülebilir Turizme Siyaset Engeli: Türkiye ve Hollanda İlişkileri Örneği. International Journal of Turkic World Tourism Studies, 3(1), 126-140.
- Mehter Aykın, S. (2021). Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası Çerçevesinde Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri. Journal of Tourism Intelligence and Smartness, 4(1), 1-18.
- Mehter Aykın, S. (Haziran 2021). MÁLAGA: Avrupa Akıllı Turizm Başkenti (2020), Turizmde Geleceği Anlamak: Akıllı Turizm, Hazırlıklar ve Çözümler Kongresi (25-27 Haziran 2021), s. 103-125, Kapadokya Üniversitesi, Nevşehir, Türkiye.
- Mortensen, J., Rohde, F. J., Kristiansen, K. R., Kantrup-Clausen, M. ve Lubanski, M. (tarih yok). Danish Smart Cities: Sustainable Living in an Urban World. Copenhagen Cleantech Clusters.
- Nam, T. ve Prado, T. A. (June 2011). Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People, and Institutions. ResearchGate DOI: 10.1145/2037556.2037602.
- OECD (2018). Tourism Trends and Policies (2018), Paris. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/tour-2018-en.pdf?expires=1621369756&id=id&accname=guest&checksum=87F71BA04385F628E0748AB510209DD7> (erişim tarihi: 15/05/2021).
- OECD (2020). Tourism Trends and Policies (2020), Paris. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/6b47b985-en/1/3/4/31/index.html?itemId=/content/publication/6b47b985-en&csp_=a806bfa96e09b9351b58695070b6c960&itemIGO=oecd&itemContentType=book#section-d1e8563 (erişim tarihi: 22/03/2022).
- Russo, F., Rindon, C. ve Panuccio, P. (September 2014). The Definition of Smart City at an EU Level. ResearchGate, DOI: 10.2495/SC140832.
- Schaffer, H., Komninos, N., Pallot, M. ve Trousse, B. (May 2011). Smart Cities and the Future Internet: Towards Cooperation Frameworks for Open Innovation. ResearchGate, DOI: 10.1007/978-3-642-20898-0_31.
- Tran, H. M., Huertas, A. ve Moreno, A. (2017). (SA)6: A new framework for the analysis of smart tourism destinations. A comparative case study of two spanish destinations. Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo, Universidad de Alicante, 26 y 27 de octubre de 2017, DOI: 10.14198/Destinos-Turisticos-Inteligentes.2017.09.

- UNCTAD (2013). Sustainable Tourism: Contribution to Economic Growth and Sustainable Development, Geneva. https://unctad.org/system/files/official-document/ciem5d2_en.pdf (erişim tarihi: 15/05/2021).
- UNEP & UNWTO (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf (erişim tarihi: 15/05/2021).
- UNWTO (2020). International Tourism Highlights (2020), Madrid. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456> (erişim tarihi: 15/05/2021).
- Washbound, D.; Sindhu, U. (February 11, 2010). "Helping CIOs Understand "Smart City" Initiatives", Forrester Research Inc. https://s3-us-west-2.amazonaws.com/itworldcanada/archive/Themes/Hubs/Brainstorm/forrester_help_cios_smart_city.pdf (erişim tarihi: 15/05/2021).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (1999). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. 10. Baskı. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Çıkar çatışması:

Yazarın bildirecek bir çıkar çatışması yoktur.

Hibe / Finansal Destek:

Bu çalışmada herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

Etik Kurul Onayı:

Çalışma etik kurul iznine gerek duyulmayacak şekilde yapılmıştır.