

A R A Ş T I R M A M A K A L E S İ / R E S E A R C H A R T I C L E

DOI: 10.52122/nisantasisbd.1148345

NALLIHAN TURİZMİ İÇİN BİR DESTİNASYON YÖNETİM MODELİ
ÖNERİSİ

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN*

*Ankara Hacı Bayram Veli
Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü

e-posta: ahmet.tayfun@hbv.edu.tr

ORCID 0000-0003-0002-2472

Arş. Gör. Melis UÇAR*

*Nişantaşı Üniversitesi, Uygulamalı
Bilimler Yüksekokulu, Turizm Rehberliği
Bölümü

e-posta: melis.ucar@nisantasi.edu.tr

ORCID 0000-0002-0367-2107

Günay AHMADLI*

*Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm
İşletmeciliği Bölümü, Doktora Öğrencisi

e-posta: ehmedli.gunay@hbv.edu.tr

ORCID 0000-0002-6035-8552

ÖZ

Destinasyon yönetim örgütü (DYÖ), turizm paydaşları arasında iş birliği ve koordinasyonun sağlanmasında oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı, Nallıhan'da turizmi geliştirmeye yönelik bir destinasyon yönetim modeli önerisi sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, Nallıhan turizminde yaşanan sorunların tespit edilmesi için turizmde etkin rol oynayan paydaşlarla görüşmeler yapılmış ve belirlenen sorunlara yönelik muhtemel çözüm önerileri geliştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemi kullanılan çalışmada, katılımcılarla yapılan görüşmelerde derinlemesine bilgi edinmek için yarı-yapılandırılmış görüşme formu tercih edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler betimsel olarak analiz edilmiştir. Görüşmeye katılan katılımcılar, Nallıhan'da turizmi geliştirmek için örgütlü çalışmaların yapılmadığı konusunda hemfikir olmuşlardır. Nallıhan'da oluşturulacak bir destinasyon yönetim örgütü, turizm ile ilgili mevcut sorunların çözümünde yardımcı olurken aynı zamanda destinasyonda turizmin daha rekabetçi ve sürdürülebilir hale gelmesinde önemli bir rol oynayabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon Yönetimi, Destinasyon Yönetim Modeli, Destinasyon Yönetim Örgütü, Turizm, Nallıhan.

Jel Kodları: L83, M39, M19, C89, O53

A DESTINATION MANAGEMENT MODEL PROPOSAL FOR NALLIHAN TOURISM

ABSTRACT

The destination management organization (DMO) plays a very important role in ensuring cooperation and coordination among tourism stakeholders. The aim of this study is to propose a destination management model for developing tourism in Nallıhan. In the achievement of this aim interviews were held with tourism stakeholders in order to determine the problems in Nallıhan tourism. In this study qualitative research method was used. In the interviews with the participants, a semi-structured interview form was preferred to obtain in depth information. The data obtained were analyzed descriptively. Those who participated in the interview agreed that there have been no organized work to develop tourism in Nallıhan. If a destination management organization is to be established in Nallıhan will be able to help solve the current problems related to tourism. In addition, it will can play an important role in making tourism more competitive and sustainable in the destination.

Keywords: Destination Management, Destination Management Model, Destination Management Organization, Tourism, Nallıhan.

Jel Codes: L83, M39, M19, C89, O53

Geliş Tarihi/Received: 25.07.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 31.10.2022

Yayın Tarihi/Printed Date: 31.12.2022

Kaynak Gösterme: Tayfun, A., Uçar, M. ve Ahmadli, G. (2022). "Nallıhan Turizmi için Bir Destinasyon Yönetim Modeli Önerisi". *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(10), 437-453.

GİRİŞ

Destinasyon, “çeşitli amaçlarla yaşadıkları yer dışında seyahat edenlerin, ziyaret ettikleri yerler içerisinde yerel ve turistik toplumun bir arada yaşadığı ve turistik kaynakların kümelendiği coğrafi bir yer” olarak tanımlanmaktadır (Öztürk vd., 2013: 3-4). Turistler, destinasyonu bütünleşik bir deneyim veya destinasyon ürünü sunan bir birim olarak algılandıkça, bu deneyim veya ürün bireysel aktörler tarafından üretilmekte ve oluşturulmaktadır. Destinasyondaki genel turist deneyimi, çeşitli turizm arz aktörlerinin, yerel turizm organizasyonlarının, otellerin, ulaşım şirketlerinin, seyahat acentelerinin, özel konaklama sağlayıcılarının vb. ortak eylemlerinin bir sonucudur (Đurašević, 2011: 82). Daha genel olarak, Buhalis (2000) bir turizm destinasyonunu, turizmin bölgesel düzeydeki etkisini değerlendirmeye ve tüm paydaşlar için faydaları en üst düzeye çıkarmak amacıyla arz ve talebi yönetmek olarak tanımlamaktadır. Turizm destinasyonları genellikle farklı ürün ve hizmetler sunmaktan sorumlu, farklı hedef ve stratejilere sahip şirketlerden ve diğer paydaşlardan oluşmaktadır (Wang ve Xiang, 2007: 75). Turizm destinasyonu için önemli bir görev, bir dizi farklı aktör arasında dağıtılan kaynakları ve yetkinlikleri sürekli olarak entegre etmek ve bu konfigürasyonları müşteriler tarafından talep edilen ürün ve hizmetlere dönüştürmektir (Rodríguez-Díaz ve Espino-Rodríguez, 2008).

Bir ziyaretçi, yaşadığı yerden farklı bir turistik destinasyona seyahat ederken gideceği bölgeye özgü bazı deneyimler yaşamayı hedeflemektedir. Buradan hareketle, bir destinasyon ziyaretçilere cazip gelecek ürün ve hizmetleri sunmalıdır. Bir destinasyon, her ne kadar fiziki açıdan sınırları olan bir alan ya da bölge olarak değerlendirilse de sunulan hizmetler, sahip olunan nitelikler ve turistlerin zihninde oluşan değerler sebebiyle destinasyonu her zaman coğrafi bakımdan sınırları olan bir mekân olarak ele almak doğru değildir (Kotler vd., 2018). Turizm destinasyonunun doğasını anlamak, onu analiz etmek, planlamak, yönetmek ve izlemek sistemli ve disiplinler arası bir yaklaşımı gerektirmektedir. Destinasyon geliştirme, çok sayıda firmayı, yerel ve bölgesel yetkililer gibi aktörleri içerisine alarak stratejiler geliştirmeyi gerektirmektedir (Haugland vd., 2011: 273).

Bu çalışma, Nallıhan’da turizmi geliştirmeye yönelik bir destinasyon yönetim modeli önerisi sunmayı amaçlamaktadır. Nallıhan, güçlü bir turizm arz potansiyeli barındırmasına rağmen turizm açısından pek fazla gelişme gösterememiş bir ilçedir. Nallıhan’ın sahip olduğu turistik potansiyeli fiilen kullanamıyor olması ve buna katkı sağlayacağı düşüncesi çalışmada Nallıhan’ın seçiminde önemli bir etken olmuştur.

Yapılan literatür taramasında; Nallıhan Beydili Köyü’nün somut olmayan kültürel mirası, Beydili Köyü’nün kültürel peyzaj bileşenleri, Nallıhan-Hoşbebe orman içi dinlenme yerinin rekreasyon kaynaklarının geliştirilmesi, Nallıhan iğne oyasının miras olma serüveni (Ayan, 2015; Gökçe ve Açıköz, 2015; Korkmaz ve Karadeniz, 2004; Karabaşa ve Kara, 2022) gibi çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Ayrıca, Nallıhan’da Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Projesi” adında bir proje gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında, 2011 senesinde Nallıhan Kırsal Turizm Stratejisi, 2023 raporu yayınlanmıştır. Proje ile, Nallıhan’da bulunan mevcut değerlerin gelecek kuşaklara aktarılması, ilçenin korunması, tanıtılması ve ilçede yapılacak kalkındırma çalışmaları için yerel halkın turizm bilincinin artırılması ve kırsal kesimden kentlere yönelik oluşan göçler ile nüfus kaybının önlenmesi ya da azaltılması amaçlanmıştır (Nallıhan Turizm Gelişim Stratejisi, 2011).

Literatürde, Nallıhan’da turizmin gelişmesi ile ilgili yeterli sayıda bilimsel çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Nallıhan’da destinasyon yönetimine dair ise herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu nedenle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmada önerilen destinasyon yönetim modelinin, Nallıhan turizminin daha rekabetçi ve sürdürülebilir hale gelmesinde önemli bir rol oynayabileceği düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Nallıhan

Ankara ilinin bir ilçesi olan Nallıhan, Ankara'nın batı ucunda konumlanmıştır. Ankara'ya karayolu ile 160, Bolu'ya 100 ve Eskişehir'e 120 km mesafede yer almaktadır. Türkiye'nin İç Anadolu Bölgesi ile Kuzeybatı Anadolu Bölgesi sınırı üzerinde yer almaktadır (Nallıhan Turizm Gelişim Stratejisi, 2011). Nallıhan, doğudan Beypazarı, kuzeybatıdan Göynük, kuzeyden Mudurnu-Seben, batıdan Sarıcakaya, güneyden Eskişehir ve Mihaliççık ile çevrilidir. Dört bir yanı dağ ve tepelerle çevrili olan Nallıhan'ın dağları meşeliklerle ve çam ormanları ile kaplıdır. Bölgenin en büyük akarsuyu Sakarya olmakla beraber ilçe topraklarından çıkan Pınarbaşı, Sofulu, Nallıhan Çayı belli başlı akarsularıdır. 2020 yıl verilerine göre Nallıhan'ın toplam nüfusu 27.579'dur (T.C. Nallıhan Kaymakamlığı, 2022). Toplamda 75 köyü olan ilçenin ekonomisi tarım, hayvancılık, ticaret ve kamu sektörü ile Çayırhan ve Sarıyar kasabalarında yer alan madencilik ve enerji sektöründeki istihdama bağlı olarak şekillenmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

1.2. Nallıhan'ın Turizm Potansiyeli

Nallıhan, özgün kırsal kimliği ile kültürel yapısını koruyabilmiş ve turizm potansiyeli açısından da zengin bir ilçedir (Gökçe, 2018: 32). Nallıhan'ın kırsal turizm potansiyelinde en büyük avantajı konumundan kaynaklanmaktadır. Bununla beraber, ilçenin iklimsel çeşitliliği ve verimli toprak yapısı da kırsal turizm için önemli fırsatlar sağlamaktadır. Dağları çam ormanları ve meşeliklerle kaplı olan Nallıhan'ın arazisinin toprak yapısı farklılıklar göstermektedir. Hem jeomorfolojik hem de toprak yapısının farklılığı ile ilçe, 230 ile 1720 metre arasında değişen yükseklikte sahip olduğu su kaynakları ve göletlerin varlığı ile oldukça zengin biyolojik çeşitliliğe sahiptir (Nallıhan Turizm Gelişim Stratejisi, 2011).

Alternatif turizm türleri, kültürel zenginlikleri, evleri, doğası, türbeleri ve sahip olduğu tarihi yapılarıyla Nallıhan zengin turizm potansiyeline sahip bir ilçedir (Nallıhan Belediyesi, 2022). Nallıhan Kuş Cenneti, Ardıç ormanları, Anıt ağaçları, Yaban Hayatı Geliştirme Sahası, Asarlık tepeleri ve Ilıca şelalesi ilçenin önemli turistik çekim merkezleridir. Ayrıca ilçe, Sarıçalı Dağı Milli Parkı, Saçak Milli Parkı, Emremsultan Milli Parkı, Asarlık Tepeler Milli Parkı ve Davutoğlu Milli Parkına sahiptir. İğne oyaları, kilim, halı ve bez dokumacılığı, bindallı işleri ve telkâri gibi el sanatları alanında da ilçe ön plana çıkmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunan Nallıhan, günümüzde tarihi dokusunu önemli oranda korumakta ve sahip olduğu bu dokuyu turizm açısından değerlendirmektedir (Ankara Bölge Planı, 2015: 42). Nallıhan'da ipek böceğinin ve ürünlerinin gelişmesi turizm açısından oldukça önemlidir (Nallıhan Belediyesi, 2022).

Nallıhan; yayla turizmi, kuş gözlemciliği turizmi, botanik turizmi, avcılık ve balıkçılık, trekking, dağcılık, karavan, bisiklet, yamaç paraşütü, kürek ve su sporları, orienteering, paintball ve foto-safari olmak üzere çeşitli kırsal turizm değerlerine sahiptir. İlçede trekking, en çok yapılan turizm türlerinden biridir. Günü birlik veya iki gün süreli olarak düzenlenen turlar, Kültür ve Doğa Turizmi ağırlıklı olarak gerçekleştirilmektedir. İlçe gerek jeolojik oluşumlar gerekse yüksekliğin çeşitlilik göstermesi ile dağcılık tırmanma potansiyeline de sahiptir. Sarıçalı, 1720 metre yüksekliği ile Nallıhan'ın en yüksek dağıdır. İlçe, özellikle foto-safari için oldukça büyük bir potansiyel barındırmaktadır. Bölgenin gerek karasal gerek sulak ekosistem varlığının zenginliği ve çeşitliliği gerek jeomorfolojik yapısı foto-safaride kullanılacak çoğu öğelerin ilçede yer almasına olanak sağlamaktadır (Nallıhan Turizm Gelişim Stratejisi, 2011).

Nallıhan kırsal turizm potansiyelinin yanı sıra inanç turizmi ile de öne çıkmaktadır. Tapduk Emre Türbesi'nin Nallıhan'da olması, geçmişte burada yaşamış olduğunun bilinmesi Nallıhan'ın inanç turizminde değerini arttırmaktadır (Gökçe, 2018: 214). İlçe toprakları, çağlar boyunca Hititlerin, Friglerin, Bitinya Krallığı'nın, Pers, İskender, Roma ve Bizans İmparatorluklarının hakimiyeti altında kaldığı için zengin ve uzun bir tarihe sahiptir. Bu durum, ilçeye arkeolojik açıdan değerli pek çok eserin armağan edilmesine sebebiyet vermiştir. Bu eserlerden kuşkusuz en önemlisi ise Juliopolis nekropolüdür (Nallıhan Turizm Gelişim Stratejisi, 2011).

SWOT analizi ile; destinasyonun güçlü ve zayıf yönleri ve destinasyona yönelik olası fırsat ve tehditleri birlikte değerlendirme ve potansiyelini ortaya çıkarma mümkün olacaktır. Bu sayede destinasyonun potansiyelleri göz önünde bulundurularak destinasyona yönelik daha sağlıklı kararlar alınabilecektir (Dülgeroğlu vd., 2019). Nallihan turizminin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerinin analizi aşağıdaki gibidir (Nallihan Turizm Gelişim Stratejisi, 2011):

Tablo 1. Nallihan'ın SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
Kültürel ve tarihi değerlerin çokluğu, Doğal güzellikleri ve endemik zenginliği, İklimin turizm için uyumlu olması, Tarımsal ürün çeşitliliği, İnanç turizmi açısından zenginliği, Kültür turizminde kullanılacak yerel kültür (mutfak, yerel giyim) öğelerine sahip olması, Büyükşehirlerin keşişim noktasında bulunması (...)	Ürünlerde markalaşma olmaması, Örgütlenme yetersizliği, Ulaşım sorunu, Yerel medyanın zayıf olması, Reklam, tanıtım ve eğitimde eksiklik, Hizmet sektörünün yetersizliği, Turizm konusunda halkın bilgi eksikliği, Hediyelik eşya sektörünün gelişmemiş olması,
Fırsatlar	Tehditler
Yolların keşiştiği bir noktada bulunması, Farklı turizm alternatiflerinin geliştirilebileceği potansiyellere sahip olması, Kuş göç yolları üzerinde olması (...)	Ekonomik kriz, Dış medyadaki imaj sorunu.

1.3. Destinasyon Yönetim Örgütü ve Modeller

Destinasyon yönetiminin temel amacı, destinasyonun sunduğu ürün ve hizmetler gibi tüm destinasyon varlıklarının yeterliliğini ve etkinliğini değerlendirerek ziyaretçilere unutulmaz bir turizm deneyimi yaşatmaktır (Pearce ve Schänzel, 2013). Bir DYÖ, “çeşitli yetkilileri, paydaşları ve profesyonelleri kapsayabilen ve ortak bir destinasyon vizyonuna yönelik ortaklıkları kolaylaştıran lider organizasyonel varlıktır” (CTC, 2017). Destinasyon yönetim örgütünü görev ve işlev açısından tam olarak tanımlayan ilk yazarlardan biri olan Gartrell, rollerini genel olarak ‘şehirlerin satışı’ olarak tanımlamaktadır (Gartrell, 1988: 8).

Destinasyon yönetim örgütleri, destinasyonun sahip olduğu zenginliği gelecek nesillere aktarmak amacıyla, turizmin yol açtığı olumsuz etkileri en az seviyeye indirerek doğal kaynakları korumalı, destinasyon imajını sürdürülebilir ve çevre dostu olarak konumlandırılmalı, ziyaretçilerin müşteri memnuniyetini sağlayarak sürdürülebilir ürünlere olan ilgisini artırmalı, yerel halk, kamu ve özel sektörden oluşan destinasyon paydaşlarının refahını koruyarak rekabetçi ve zorlu ekonomik, sosyal ve çevresel hedefler arasında doğru dengeyi sağlamalıdır (Klimek, 2013). Destinasyondaki lider organizasyonel varlık olarak DYÖ'nün, hareket eden tüm paydaşların desteğini alması ve destinasyonda turizmin yönetimine liderlik etmek için kurumsal, yasal ve operasyonel olarak meşrulaştırılmış varlık olarak görülmesi gerekir. Destinasyon yönetim örgütleri turizm gelişmelerinin gerçekleştirilmesi için katalizörler ve kolaylaştırıcılar olarak hareket ederek “destinasyon geliştiricileri” olarak daha fazla öne çıkmaktadırlar (Presenza, 2005: 3).

Coğrafi kapsam ve turizm altyapısının gelişme derecesi açısından, kendilerini gösteren çeşitli yönetim seçenekleri vardır. Daha küçük bir coğrafi alan veya şehir/kasaba temelinde turizmin yönetiminden ve/veya pazarlamasından sorumlu bölgesel destinasyon örgütleri mevcuttur (Varghese ve Paul, 2014: 83). Rekabet edebilirliği sağlamak için destinasyon pazarlaması, ortak tanıtım ve ortak turistik ürünler alanındaki birkaç belediyenin çabalarını koordine etmek amacıyla, en iyi çözüm olarak kabul edilen her yerde Bölgesel Turizm Örgütü'nün kurulması, entegre olmaları koşuluyla tüm bölge düzeyinde olması gerekmektedir. Ancak, bu organizasyon düzeyi söz konusu olduğunda, Bölgesel Turizm Örgütü'nün mevcut bir Yerel Turizm Örgütü'nün birleştirilmesiyle oluşturulması halinde, bu yeni yapının destinasyon yönetiminin gereksinimlerini karşılayamama riskinin olacağı akılda tutulmalıdır (Silvana, 2015: 92). Destinasyon yönetim örgütünün gelecekte destinasyonlar için bir iletişim merkezi, stratejik

kararlarda bir kaynak ve tüm destinasyon yönetim sisteminde en baskın yapı olacağı ön görülmektedir (Varghese, 2013:51).

Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında, yazarlar tarafından oluşturulan farklı destinasyon yönetim modellerinin yer aldığı görülmektedir. İlgili çalışmalara aşağıda yer verilmektedir:

Presenza ve diğerleri (2005), destinasyon yönetim örgütlerinin rolleri ve faaliyetlerine yönelik bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada, destinasyonun pazarlanması ve geliştirilmesine yönelik destinasyon yönetim örgütlerinin faaliyetlerini tanımlayan bir model geliştirmişlerdir. Önerilen model, öncelikle destinasyon yönetim örgütlerinin zaman içerisindeki faaliyetlerini analiz etmek için kullanılabilir. Ayrıca model, destinasyon pazarlamacıları veya yöneticileri tarafından destinasyon denetimini gerçekleştirmelerinde fayda sağlayabilecektir. Bu şekilde DYÖ, destinasyonun rekabet gücünü ve sürdürülebilirliğini en üst düzeye çıkarmak için hangi paydaşların dâhil edilmesi gerektiğini ve destinasyonu gerçekten başarılı kılmak için ne gerektiğini anlama konusunda donanımlı hale gelebilecektir.

Sainaghi (2006) tarafından yapılan çalışma, DYÖ'nün bölge üzerinde strateji geliştirmek için fayda sağlayacağı yönetim süreçlerini tanımlayan dinamik bir destinasyon yönetim modelini önermektedir.

Aleksandrov (2013), turizm destinasyonun sürdürülebilir kalkınmasına yönelik yönetim modeli çalışmasında, destinasyonun geliştireceği uygun bir yönetim modelinin doğru kullanımının topluma ekonomik, sosyal ve çevresel faydalar sağlayacağı sonucuna varılmıştır.

Niekerk (2014) tarafından yapılan çalışma, turizm destinasyon yönetiminde kamu sektörünün rollerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, Güney Afrika'daki Mbombela yerel belediyesi bağlamında incelenmiştir. Çalışma bulguları, entegre bir destinasyon yönetiminin, paydaşların katılımı için en uygun olacağını göstermekte ve destinasyon yönetimi için önerilerde bulunmaktadır.

Coban ve Yıldız'ın (2019) çalışmasında, Kapadokya turizmini daha sürdürülebilir ve rekabetçi hale getirebilecek Kapadokya için bir destinasyon yönetim modeli geliştirilmiştir. Çalışmaya göre iyi kurulmuş bir destinasyon yönetim örgütü, destinasyonun daha rekabetçi hale gelmesine yardımcı olurken aynı zamanda sürdürülebilirliği sağlayarak mevcut ve potansiyel sorunları ortadan kaldıracak veya en aza indirebilecektir.

Dinç, Kömür ve İlban (2021) tarafından Ayvalık ilçesinde sürdürülebilir destinasyon yönetimi için bir model önerisi yapılmıştır. Yazarlar, destinasyon yönetimini oluşturan paydaşların ürün geliştirme, rekabet gücü elde etme, kriz yönetimi, piyasa düzenlemesi ve finansal kaynak sağlama gibi işlevlerin yerine getirilmesi ve ortak kararların alınması için örgütlenmenin çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmada, geliştirdikleri modelin uygulanması halinde gerek Ayvalık gerekse diğer destinasyonlar için yapılacak çalışmalarda yardımcı olabileceğini ifade etmişlerdir.

1.4. Destinasyon Yaşam Döngüsü

Destinasyonlardaki zamansal değişiklikleri anlamak için genellikle Butler'ın (1980) Turizm Yaşam Döngüsü (TALC) modeline başvurulur (Adamiak, 2020: 212). Yaşam döngüsü, birçok çalışmada gelişim ve değişimin aşamalarını göstermek için kullanılmıştır. Başlangıçta, görsel olarak çekici bir S eğrisinde, bir turizm bölgesi evrimi için varsayımsal bir model olarak önerilen model, ürün yaşam döngüsü teorisini destinasyon bağlamına uyarlayarak (Rodriguez ve diğerleri, 2008), bir turizm bölgesinin altı tanımlanabilir aşamadan geçtiğini öne sürmektedir. Bu aşamaların her biri belirli özelliklere sahiptir: Keşif, geliştirme, büyüme, doyumluk ve durgunluk ardından düşüş (genellikle) veya canlanma gelir (Zhang ve Xiao, 2014: 217). Butler'ın yaşam döngüsü modeli dikkate alındığında Nallihan'ın durumu için keşif ve geliştirme aşamalarından bahsetmek mümkündür.

Destinasyon yaşam döngüsü modeli, destinasyonlardaki geçmişteki büyük ölçekli veya yüksek seviyeli değişiklikleri tanımlamak için kullanılabilir. Belirli turistik yerler için yürütülen yaşam döngüsü modelinin önemli ölçüde uygulanması, geçmiş turizm destinasyonu gelişimini geriye

dönük olarak tanımlamak için bir yapı sağlamada modelin genel geçerliliğini göstermektedir (Breakey, 2005: 70).

Buhalis'e (2000) göre destinasyonlar gelişim aşamalarında çeşitli çevresel ve sosyokültürel etkiler yaşamaktadır. Bir turizm bölgesinin gelişiminin bireysel aşamalarını karakterize eden bir dizi özellik geliştirilmiştir. Destinasyon yaşam döngüsünün her aşaması için destinasyonun özellikleri, pazarlama stratejileri ve ekonomik, sosyal ve çevresel etkilere ilişkin destinasyon yaşam döngüsü aşaması tahminleri üzerinden kısa bir özet çıkarılabilmektedir (Buhalis, 2000).

Destinasyon geliştirme, karmaşık ve çok yönlü bir konudur ve süreci ve sonuçlarını yerelden ulus ötesine farklı seviyelerde araştıran birçok turizm araştırmasının merkezinde yer almaktadır. Destinasyon geliştirme çeşitli yönleri kapsamakla beraber gelişmenin gerçekleşmesini sağlamak için belirli faktörlerin gerekli olduğu konusunda fikir birliği bulunmaktadır ve söz konusu unsurların bulunmaması ciddi zayıflıklara yol açarak destinasyonun zenginleşmesi ve potansiyelini gerçekleştirmesini engelleyebilecektir (Henderson, 2008).

2. YÖNTEM

Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların gerçekçi bir biçimde doğal ortamlarında incelendiği araştırma olarak tanımlanabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013 :45). Nitel araştırma yöntemi ile yapılan bu çalışmada, Nallıhan turizminde yaşanan sorunların tespit edilmesi ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri getirilmesi amacıyla Nallıhan'da turizm paydaşlarıyla görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılardan elde edilen veriler betimsel olarak ele alınırken yer yer doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Araştırmanın evrenini Nallıhan'da turizm faaliyetlerini etkileyen aynı zamanda turizmden etkilenen paydaşlar oluştururken, örnekleme ise görüşme yapılabilen turizm paydaşları oluşturmaktadır. Çalışmaya hız ve pratiklik sağlaması açısından çok amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabılır durum örnekleme kullanılmıştır. Bu kapsamda Nallıhan ilçesinde turizm yönetiminde etkili olduğu/olacağı düşünülen kentin önde gelen seçilmiş, atanmış yöneticileri, sivil toplum kuruluşu temsilcileri, turizm ile ilgili esnaf ve sanatkarlar olmak üzere toplam 15 kişi ile görüşme talebinde bulunulmuş ve olumlu dönüş yapan 9 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde derinlemesine bilgi edinmek amacıyla yarı-yapılandırılmış görüşme formu tercih edilmiş ve araştırmanın amacı doğrultusunda görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formu, Nallıhan turizmi için bir destinasyon yönetim modeli geliştirme düşüncesinden yola çıkılarak hazırlanmıştır. Görüşme formunda yer alan bazı sorular literatür taraması ile ilgili çalışmalardan faydalanılarak (Çiçek, 2016; Coban ve Yıldız, 2019) ve araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmada kullanılan soru formu aşağıda yer almaktadır:

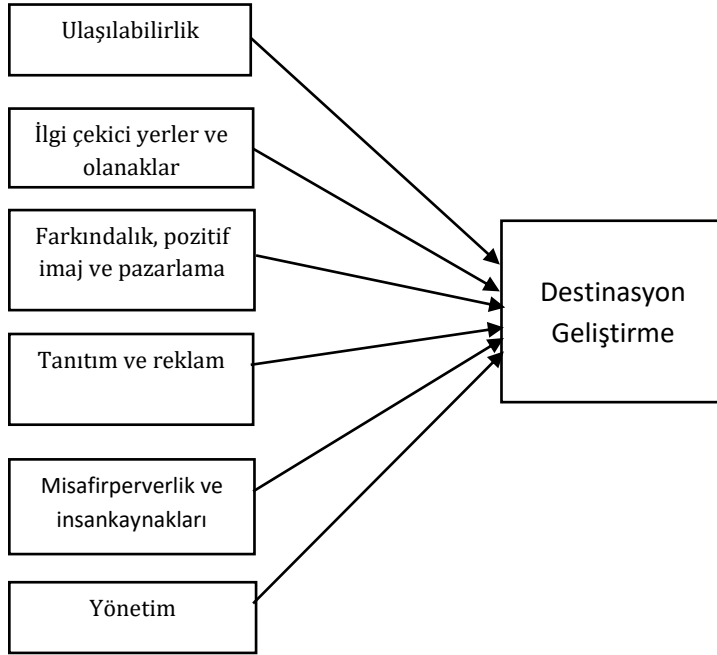
1. Nallıhan destinasyon yönetim örgütüne kimler dâhil edilmelidir?
2. Nallıhan'da paydaşlar arasında örgütlü çalışmalar yapılmakta mıdır?
3. Nallıhan'da bulunan turizm paydaşlarının iş birliği nasıl olmalıdır?
4. Nallıhan'da turizmin tanıtımına yönelik sorunlar/zorluklar nelerdir? Nedeni açıklayınız.
5. Nallıhan destinasyon yönetim örgütünün sürdürülebilirliği ve finansal kaynağı nasıl sağlanmalıdır?
6. Nallıhan destinasyon yönetim örgütünün liderliğini hangi kuruluş üstlenmelidir? Nedeni açıklayınız.
7. Nallıhan'da turizmi geliştirmek için örgütsel çalışmalar mevcut mudur?
8. Nallıhan'da turizmi geliştirmek için neler yapılmalıdır?
9. Nallıhan'ın turistik çekim merkezi haline gelmesi için yapılması gereken faaliyetler nelerdir?

Görüşme formu hazırlandıktan sonra görüşme yapılacak katılımcılarla iletişime geçilip randevu alınmıştır. Araştırmaya gönüllü olarak katılan 3 STK, 2 yönetici ve 4 esnaf ile 13.06.2022 tarihinde görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sohbet şeklinde gerçekleştirilmiş olup görüşme süresi ortalama 30 dakika sürmüştür. Görüşmeler, katılımcıların

izni ile ses kayıt cihazı ile kayıt altına alındıktan sonra yazıya dökülmüştür. Yapılan görüşmeler sonrasında elde edilen verilerin tekrarlandığı ve doygunluğa ulaştığı düşüncesiyle görüşmeler tamamlanmıştır. Katılımcılar (K1, K2...) şeklinde kodlanmıştır. Katılımcılardan elde edilen veriler, betimsel olarak analiz edilmiştir. Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilen verilerin daha öncesinden belirlenen temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür (Yıldırım & Şimşek, 2013: 256).

Destinasyon geliştirme her ne kadar çeşitli yönleri kapsayan karmaşık bir konu olsa da yaygın olarak öne çıkan belirleyiciler vardır. Bunlar: Pazarlamaya yönelik ilgi çekici yerlerin ve olanakların varlığı (Gunn, 2004), ulaşılabilirlik (Prideaux, 2000), farkındalık ve pozitif imaj (Johns ve Mattson, 2005) olarak sayılabilir (Henderson, 2008). Tanıtım ve reklam, misafirperverlik ve insan kaynakları destinasyon gelişiminde rol oynayan diğer unsurlardır. Bir destinasyonu başarılı, rekabetçi ve sürdürülebilir kılmak için destinasyon geliştirme modeline ihtiyaç vardır. Paydaşlar arasında iş birliği ve koordinasyonun sağlanmasında destinasyon yönetim örgütünün rolü çok önemlidir (Coban ve Yıldız, 2019).

Betimsel analizin ilk aşaması, araştırma için bir çerçevenin oluşturulmasıdır. Bu çerçeveye göre, verilerin hangi temalar altında düzenleneceği ve sunulacağı belirlenmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013: 256). Buradan hareketle yukarıda belirtilen belirleyicilerden yola çıkılarak elde edilen araştırma verilerinin dayandırılacağı, destinasyon geliştirme için gerekli olacağı düşünülen belirleyicilerin yer aldığı model Şekil 1’de yer almaktadır:



Şekil 1. Araştırma Modeli

Modelde bir destinasyonun gelişmesi için yaygın olarak kabul edilen belirleyiciler yer almaktadır. Son aşamada, katılımcılardan elde edilen verilerin toparlanarak yorumlanması, modelde (Şekil 1) yer alan temalar altında şekillenmektedir. Katılımcılardan elde edilen veriler ise aşağıda yer alan bulgular başlığı altında verilmektedir.

3. BULGULAR

Araştırma için oluşturulan soru formu ve katılımcıların verdikleri yanıtlar aşağıda yer almaktadır:

1. Nallıhan destinasyon yönetim örgütüne kimler dâhil edilmelidir?

Katılımcıların hepsi destinasyon yönetim örgütüne mutlaka belediye, yerel halk, sivil toplum kuruluşları, Turizm Gönüllüleri Derneği, kaymakamlık ve esnafların dâhil edilmesi gerektiğini

söylemiştir. Diğerlerinden farklı olarak (K1) üniversite hocaları ve yöresel gıda üreticilerinin ve (K3) ise emniyet, jandarma ve orman işletmeleri gibi kuruluşların destinasyon yönetim örgütünde yer alması gerektiğini belirtmişlerdir.

2. Nallihan'da paydaşlar arasında örgütlü çalışmalar yapılmakta mıdır?

Katılımcıların çoğu, paydaşlar arasında örgütlü çalışmaların yapılmadığını ve paydaşların iletişim halinde olmamasından ötürü örgütlenme konusunda sıkıntı yaşandığını ifade etmişlerdir. Bunların yanı sıra (K4), örgütlü çalışmalar yapılırsa mevcut durumun daha iyi olacağını belirterek fuarlar olduğunda her zaman esnafların çağrılmadığını, belediyenin esnafları yeterince desteklemediğini ayrıca esnaflar arasında rekabet ortamı olması nedeniyle fiyat dengesizliği yaşandığını söylemiştir. (K1), Nallihan'da örgütlü çalışmaların kısmen yapılmakta olduğunu paydaşlarla toplantılar gerçekleştirildiğini söylemiştir. Bir katılımcı ise şu sözlerle ifade etmiştir:

"Paydaşlar arasında iş birliği yapılıyor ancak bazen durum kontrolden çıkıyor. Burada yerel halk çok misafirperverdir. İlçeye gelenlere müşteri gibi değil misafir gibi yaklaşırlar. Turizm Gönüllüleri Derneği tarafından esnaflara turizm ile ilgili broşür paylaşımları yapılmaktadır." (K5)

3. Nallihan'da bulunan turizm paydaşlarının iş birliği nasıl olmalıdır?

Katılımcılar, Nallihan'da bulunan turizm paydaşlarının iletişim halinde olmadıklarını söylemişlerdir. Katılımcılara göre, kurumlar birbirlerinden haberdar olmalı ve faaliyetleri hakkında bilgi edinmelidir. Eğer doğru yönetim olursa paydaşlar arasında iş birliğine yönelik çalışmaların olabileceğini belirtmişlerdir. Bir katılımcı ise şöyle ifade etmiştir:

"Eskiden Nallihan'a turlar geldiğinde belediyelere, kaymakamlara malumat veriyorlardı. Son birkaç yıldır koordineli çalışmalar eskisi kadar yapılmıyor. Turizmden sorumlu dernek, turlar gelmeden esnaflara haber vermelidir. Sivil toplum örgütleri ile bir araya gelerek konuşulmalıdır. Son zamanlarda iletişimde kopukluk yaşanıyor. Eskiden Nallihan'a gelen öğretmenlere, doktorlara, öğrencilere Nallihan'ın tanıtılmasına yönelik çalışmalar yapılıyordu. Bu çalışmalar devam etmelidir." (K5)

4. Nallihan'da turizmin tanıtımına yönelik sorunlar/zorluklar nelerdir? Nedeni açıklayınız.

Katılımcılarla yapılan görüşmede, turizmin tanıtımına yönelik tespit edilen sorunların; ulaşılabilirlik, altyapı, tanıtım ve reklam eksikliği, tesislerin yeterli düzeyde olmaması ve halkın turizm konusunda bilinçli olmamasından kaynaklandığı görülmektedir. Bazı katılımcılar turizmin tanıtımına yönelik sorunları şu şekilde ifade etmişlerdir:

"En büyük sıkıntı ulaşılabilirliktir. Ulaşılabilirlik zor olduğu için insanlar burayı tercih etmiyorlar. Yapılandırma ve ulaşımın geliştirilmesi gereklidir. Diğer sorun ise tanıtımın yeterli düzeyde olmamasıdır. Buraya günde 2-3 otobüs gelebiliyor. Bu sayı fazla olunca ilçenin imkanları insanları ağırlamak için yeterli olmuyor." (K1)

"Yeterli konaklama yeri ve restoran yok. Tesisler yetersiz. Bu sebeple tanıtım konusunda çekingen davranılıyor. Konaklama yeri olmadığı için turistler Beypazarı'nda konaklama yapıyorlar. Altyapıda eksiklikler giderilmeli." (K5)

"Nallihan konum itibarıyla oldukça elverişli olsa da yol sorunu var. Burası sadece geçiş güzergahlarında kalıyor, civarda gidilecek noktalar uzak mesafelerde. En önemlisi burada bir turizm bürosu yok ve yerel halk Nallihan'ı çok iyi bilmiyor. Öncelikle halk turizm konusunda bilinçlendirilmelidir." (K3)

Diğer katılımcılardan farklı olarak bir katılımcı Nallihan turizminin tanıtımının önündeki sorunu şu sözlerle açıklamaktadır:

"Nallihan turizminin en büyük problemi devlet desteğinin eksikliğidir. Buraya yeni atanan yöneticilerin ilçeyi tanımadan ilçe hakkında karar vermeleri ilçenin gelişmesinin önüne önemli bir sekte vurmuştur. Nallihan'da turizmin tanıtımı için bölgesel rehberler, gönüllüler mevcuttur ama önlerine engeller çıkmaktadır." (K6)

5. Nallıhan destinasyon yönetim örgütünün sürdürülebilirliği ve finansal kaynağı nasıl sağlanmalıdır?

Nallıhan destinasyon yönetiminin sürdürülebilirliği ve finansal kaynağının sağlanması noktasında paydaşlar en fazla yerel yönetimlerin rol oynadığını bunun dışında projeler yapılırsa kırsal kalkınma ajansından bir karşılama olabileceğini söylemişlerdir. Diğerlerinden farklı olarak (K3), finansal kaynak için kalkınma ajansı tarafından hibe verildiğini eğer sağlanan finansman iyi yönetilebiliyorsa turizme katkı sağlanacağını belirterek kalkınmayı sağlamanın en iyi yolunun Nallıhan Turizm Gönüllüleri Derneği olacağını söylemiştir.

6. Nallıhan destinasyon yönetim örgütünün liderliğini hangi kuruluş üstlenmelidir? Nedeni açıklayınız.

Katılımcıların çoğu, destinasyon yönetim örgütünün liderliğini belediyenin üstlenmesi gerektiğini söylemiştir. Belediye koordinasyonu sağlamalı ve esnafların sorunlarıyla ilgilenmelidir. Diğerlerinden farklı olarak (K3), belediyenin iş gücü çok fazla olduğundan dolayı liderliği Turizm Gönüllüleri Derneği üstlenmeli derken; (K6) ise köy muhtarının liderliği üstlenmesi gerektiğini söylemiştir.

7. Nallıhan'da turizmi geliştirmek için örgütsel çalışmalar mevcut mudur?

Katılımcıların çoğu, Nallıhan'da turizmi geliştirmek için örgütsel çalışmaların yeteri kadar yapılmadığı konusunda hemfikir olmuşlardır. Bazı katılımcılar şu sözlerle ifade etmiştir:

"Örgütsel çalışmalar çok yapılmıyor. İnsanlar dışarıdan geldiklerinde şehirde caddelerin, sokakların iyi durumda olduğunu görmeli aksi halde turizm gelişmiyor. Bunun için altyapıya yönelik çalışmalar yapılıyor. Restorasyon ve cephe iyileştirmelerinin yapılması gerekmektedir. Devlet desteği yetersiz olduğu için bütün yükü yerel yönetim üstlenmek zorunda kalıyor." (K1)

"Örgütsel çalışmalar yapılmıyor. Sadece belediye ve kaymakamlıklar uğraşiyor ancak esnaf ve yerel halk kordine olamıyorlar. Halk, turizm potansiyelini bilmiyor." (K4)

Diğer katılımcılardan farklı olarak iki katılımcı (K3, K5), Nallıhan Turizm Gelişim Stratejisi 2023'e yönelik bir çalışma yapıldığından bahsederek, Turizm Gönüllüleri Derneği tarafından kırsal turizm ile ilgili eğitimler verildiğini belirtmişlerdir.

8. Nallıhan'da turizmi geliştirmek için neler yapılmalıdır?

Nallıhan'da turizmi geliştirmek için yapılması gerekenlerde katılımcıların hepsi, öncelikle ulaşım ve altyapıdaki eksikliğin giderilmesi olmak üzere, reklam ve tanıtıma ağırlık verilmesi, konaklama ve yeme-içme tesislerinin yeterli hale getirilmesi ve yerel halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesinin gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar turizmi geliştirmek için yapılması gerekenleri şöyle ifade etmişlerdir:

"Nallıhan tarihi İpekyolu üzerinde bulunmaktadır. Tek handikapı merkeze uzak olması ve günü birlik turların Nallıhan'a kadar ulaşmamış olmasıdır. En önemli konu ulaşılabilirliktir. İnanç turizmi burada çok yaygındır. Turizm potansiyeli vardır ama potansiyelin olmasının yanı sıra alt yapının olması gerekmektedir. Turizmin gelişmesi için ulaşım ve altyapı geliştirilmelidir. Karavan turizmi, dağ turizmi gibi alternatif turizm türlerinden de yararlanmak gerekir. İl Turizm Müdürlüğü'nün yeterli desteği sağlanmadığı için bütün yük yerel yönetime düşmektedir. Ayrıca burada festivallerin yapılması ilçeler için çok önemlidir." (K1)

"Öncelikle altyapıdaki eksiklikler giderilmelidir. Esnaflara, halka etkinlikler düzenlenmelidir. İlçede işe yeni başlayanlara Nallıhan'ın tanıtımı yapılmalıdır. Reklam ve tanıtım çok önemli. Tapduk Emre Türbesi gibi ünlü yerlerden halkın çoğunun haberi yok. Gelen turistlere nereye geldikleri anlatılmalı. Yerli halk için Nallıhan'ı daha iyi bilmeleri amacıyla turların yapılması gerekiyor. Halk eskiye nazaran şimdi esnafları daha iyi biliyor. Burada el sanatları ile ilgili bölümler açılabilir." (K5)

"Kocahan düzenlenmeli, buraya gelen turistlerin tepkisi "Koskoca Kocahan burası mı?" oluyor. Dükkanlar çok temiz ancak bakımsız durumda, tamirat yapılmalı." (K4)

9. Nallıhan'ın turistik çekim merkezi haline gelmesi için yapılması gereken faaliyetler nelerdir?

Katılımcıların hepsi, Nallıhan'ın turistik çekim merkezi haline gelmesi için öncelikle altyapının iyileştirilerek tanıtım ve reklamın yapılması gerektiğini söylemişlerdir. Bazı katılımcılar şu şekilde ifade etmişlerdir:

"Altyapı, tanıtım ve reklam önemlidir. Ancak altyapı en önemlisi. Altyapı tamamlanırsa turizm kendiliğinden gelişecektir. Turistik yerlerde yiyecek-içecek mekanlarının ve temel ihtiyaçlar için mekanların olması gerekiyor. Nallıhan'a tesisler yapılmalı. Nallıhan'ın yemek ve tatlıları meşhurdur. Yerel ürünlerin ön plana çıkarılarak tanıtılması gereklidir. Çayırhan Gölü'nde turizme katkı sağlamak amacıyla tekne turları düzenlenmektedir." (K1)

"Billboardlar yapılmalı. İlçe merkezinde yöresel ürünlerin tanıtımı olmalı ve stantlar açılarak köylülerin ürettikleri ürünler burada satılmalı." (K3)

"Öncelikle altyapının geliştirilmesi ve buranın tanıtımı için buraya özgü fotoğrafların hazırlanması gerekmektedir. Gelen turistlere burayı iyi bilenler tarafından tanıtım yapılmalıdır. Turizm Gönüllüler Derneği, Fotoğrafçılar Derneği tarafından buna yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Nallıhan, Tapduk Emre Türbesi, Göl kenarı, Anıt ağaçları, Uyuzsuyu Şelalesi ile tanınmaktadır. Köy okullarının müze ve restoranlara çevrilmesi turistik çekim merkezi haline gelme açısından çok önemli olacaktır." (K6)

Ek olarak (K5), belediye ya da kaymakamlık tarafından rehberler yetiştirilmesini gerektiğini belirterek alan rehberlerin önüne engeller konulmamasını, sonuç itibariyle ilçeyi en bilenlerin yaşanmışlıkları olduğu için onlar olacağını söylemiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Nallıhan'da yapılan saha araştırmasında, ilçede turizm yönetiminde etkili olduğu/olacağı düşünülen kentin önde gelen seçilmiş, atanmış yöneticileri, sivil toplum kuruluşu temsilcileri, turizm ile ilgili esnaf ve sanatkârlar ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşme ve mevcut durumun incelenmesi sonucunda Nallıhan'da turizmin gelişmesine yönelik altyapı, üstyapı, ulaşılabilirlik, tesislerin yetersizliği, reklam ve tanıtımın azlığı, yerel halkın turizm konusunda bilinçsizliği gibi birçok sorunun olduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda, turizm paydaşlarının yönetimine katılımlarının istenilen düzeyde olmadığı ve paydaşlar arasında iş birliği ve koordinasyonun sağlanamadığı görülmektedir. En büyük problemlerden birisi ise devlet desteğinin eksikliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Devlet desteği yeterli olmadığı için bütün yükün yerel yönetim tarafından üstlenildiği görülmektedir.

Nallıhan, genel itibariyle ana ulaşım güzergahlarında kalan bir ilçedir. Hafta sonu tatilleri ve kısa süreli doğaya kaçış için gerek iklimi gerek ise konumu olarak oldukça elverişlidir. Buradan hareketle, bölgenin iklimi, ormanı, su kaynakları ve gölleriyle sahip olduğu kaynaklar bilhassa doğa severlere iyi bir şekilde tanıtılmalıdır. Bölgenin tarihini, kültürel ve doğal güzelliklerini, sahip olduğu turizm potansiyelini tanıtmaya yönelik stratejiler geliştirilebilir. Nallıhan'ın tanıtımının önemli bir eksikliği ise güçlü bir internet sitesinin olmamasından kaynaklı olabilir. İnternet sitesi, destinasyonlar için etkili bir pazarlama ve iletişim aracıdır. İnternet sitesinin yanı sıra, sosyal medyanın da aktif bir şekilde kullanılması, ilçeye özgü profesyonel fotoğrafların çekilip paylaşılması bölgenin tanıtımı için oldukça önemli olacaktır. Nallıhan'a özgü "Ankara'nın Denizi Çayırhan- İpek Yolunun İncisi" sloganlarının olduğu billboardların çoğaltılması bölge farkındalığının artırılması için önemli olabilecektir. Nallıhan'da alışveriş yapılacak yerlerin de oldukça az olduğu görülmektedir. Bu noktada, alışveriş olanaklarının çoğaltılması, hediyelik eşya satışına ağırlık verilmesinin gerekli olacağı düşünülmektedir. Tarihi ipek yolu üzerinde yer alan Nallıhan'da, iğne oyaları üretimi ve kullanımı oldukça yaygındır. İpek iğne oyacılığı ilçede 720

kadına istihdam sağlamaktadır. Buradan hareketle, ilçede el sanatları ile ilgili bölümlerin açılması ve sertifikalar verilmesi faydalı olabilecektir.

Ayrıca, Nallıhan'da konaklama ve yeme-içme tesislerinin yetersiz olması nedeniyle katılımcıların turizmin gelişmesi yönünde çekimser davrandıkları görülmektedir. İlçeye gelen ziyaretçilerin sayıca fazla olması durumunda ilçe imkânları, gelenlerin ihtiyaçlarını karşılama konusunda yetersiz kalmaktadır. Bu sebeple, ilçede taşıma kapasitesine ve turistik ihtiyaçlara göre altyapı ve üstyapı sorunlarının çözülmesine yönelik çalışmaların yapılmasına ihtiyaç olduğu görülmektedir. Köy okullarının müze ve restoranlara çevrilmesi, Nallıhan'ın turistik çekim merkezi haline gelmesi açısından da önemli olabilecektir. Ulaşımın zor olması da ilçenin ziyarette daha az tercih edilmesine neden olmaktadır. Ulaşımında yaşanan sıkıntıların giderilmesine yönelik yürütülen çalışmalara ağırlık verilmesi, ilçenin daha fazla ziyaretçiye ev sahipliği yapmasına olanak tanyabilecektir.

Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşme sonucunda, ilçede yer alan esnafların bölgeye gelen ziyaretçilere nazik ve misafirperver yaklaştıkları anlaşılmaktadır. Ancak, Nallıhan'da yerel halkın sahip olduğu turizm varlıkları konusunda yeterince bilgi sahibi olmadığı görülmektedir. Bu sebeple, yerel halk ve esnaflar için bir gezi rotası programının düzenlenmesi ve bölgede yaşayanların turizm konusunda bilinçlendirilmeleri gerekli olacaktır. Ayrıca ilçeye turlar gelmeden önce esnaflara haber verilmeli, fuarlara esnafların katılımları sağlanmalıdır. Festivallerin yapılması da ilçe için oldukça önemli olacaktır. İlçe merkezinde, yöresel ürünlerin tanıtımı yapılmalı ve stantlar açılarak köylülerin ürettikleri yerel ürünlerin satışı yapılmalıdır.

Nallıhan, alternatif turizm potansiyellerine sahip olan bir ilçedir. Buradan hareketle ilçede, birkaç günlük foto-safari, orienteering, trekking, kamp, karavan gibi çeşitli turlar geliştirilebilir. Ayrıca, Nallıhan'ın benzersiz varlığını öne çıkaran bir marka değerinin oluşturulması, imaj yaratarak ilçenin akıllarda kalması açısından önemli olacaktır. Tapduk Emre Türbesi, Nallıhan Kuş Cenneti, yöresel ürünler, ipek iğne oyaları vb. oluşturulabilecek marka değerleri arasında örnek olarak gösterilebilir.

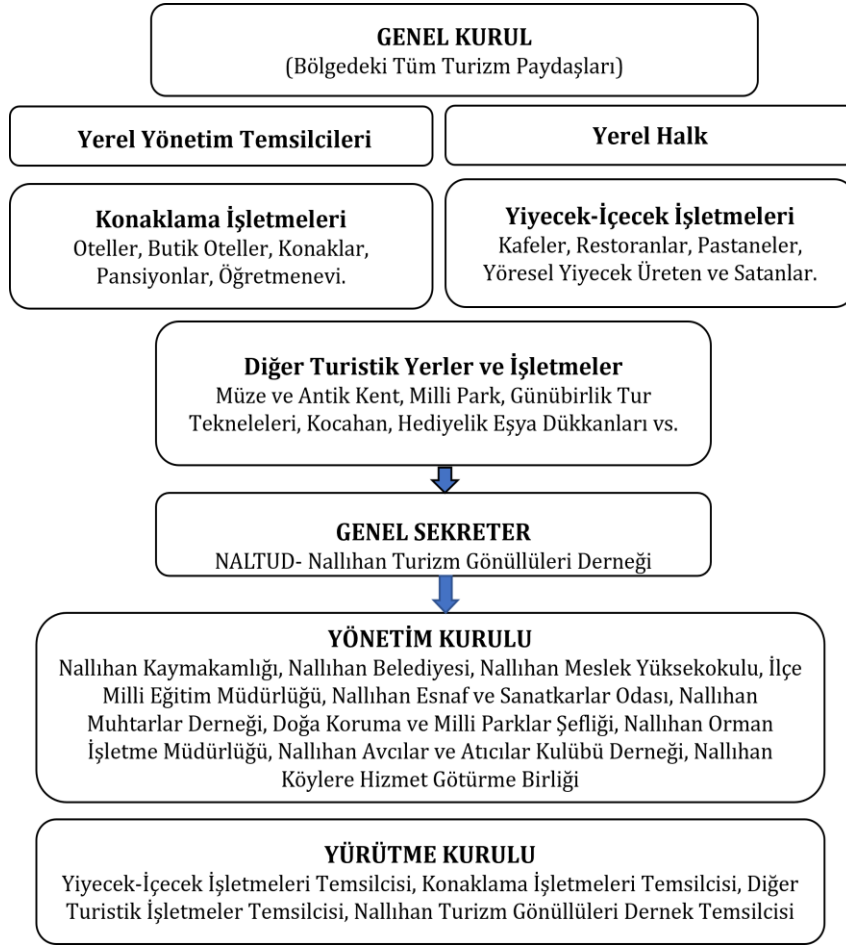
Destinasyonlar arasında artan rekabet ortamı, destinasyonları yönetim ve pazarlamada yeni yollar aramaya zorunlu hale getirmektedir. Bölge ne kadar turizm potansiyeline sahip olursa olsun yönetim ve pazarlama stratejileri geliştirilemediği takdirde turizm varlıkları yeterli olmayacaktır. Başta yerel halk olmak üzere tüm paydaşlar turizmden yararlanmalı ve alınan kararlarda sürece dâhil edilmelidir. Nallıhan'da turizmi geliştirmeye yönelik orta ve uzun vadeli planlama çalışmalarının yapılmasına ihtiyaç olduğu görülmektedir. Bölgede turizm ile ilgili kamu ve özel kuruluşlara daha fazla yetki verilmesi, turizmin gelişimine katkı sağlayabilecektir.

Çalışma, elde edilen verilerden yola çıkarak bölgede turizmin geliştirilmesi için merkezi ile yerel yönetime, tüm paydaşlara önerilerde bulunmaya çalışmıştır. Yönetim kurulu tarafından paydaşlara yönelik eğitimler, bilgilendirme toplantılarının yapılması, yerel turizm farkındalığının daha iyi anlaşılmasını sağlayabilecektir. Bölge özelinde tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin planlanması yapılabilir. Yönetim ve yürütme kurulu iş birliği sonucunda destinasyonda bir eylem planı geliştirebilir. Bu plan ve turist sayısı göz önüne alındığında, buraya gelen turistlerin gününbirlik turlar şeklinde değil birkaç gün burada kalmaları için konaklama tesislerinin yapılması sağlanabilir.

Görüşmeye katılan tüm katılımcılar, ilçede bir destinasyon yönetim örgütünün kurulamadığını ve bu yönde oluşturulacak bir örgütün turizm çalışmaları için oldukça önemli olacağını ifade etmişlerdir. Çalışma, katılımcılar ile görüşmelerden elde edilen verilerden, yapılan gözlemlerden ve literatürden yola çıkılarak Nallıhan için destinasyon yönetim örgütü modeli önerisi sunmaktadır. Önerilen destinasyon yönetim örgütü modeli, paydaşların doğru ve koordineli bir şekilde organize olmalarında bir rol oynayabileceği düşünülmektedir.

Destinasyon yönetim örgütü önerisi oluşturulurken Dinç ve diğerlerinin (2021: 4390) çalışmasında yer alan Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi İçin Örgütlenme Modelinden (Şekil 2) yararlanılmıştır. Geliştirilen model, bölgenin özellikleri ve bölgeye özgü koşullar göz önünde

bulundurulmasıyla oluşturulduğundan dolayı genellemesi sınırlıdır ancak yapılacak sonraki çalışmalarda destinasyon yönetim örgütüne dair çıkarımların yapılmasında bir örnek olabilir.



Şekil 2. Nallıhan Turizmi İçin Destinasyon Yönetim Modeli Önerisi

Destinasyon yönetim örgütünün, tüm işleyişinin koordinasyonunu sorumlu olan Genel Sekreter, Nallıhan Turizm Gönüllüleri Derneği olabilir. Nallıhan Turizm Gönüllüleri Derneği; kültür, turizm ve doğal varlıkların korunmasını, geliştirilmesini ve tanıtılmasını sağlamak amacıyla faaliyet gösteren bir dernektir. Dernek, yerel yönetimden turizm faaliyetleri ile ilgili gerekli desteği sağladığında çalışmaları daha verimli bir şekilde yürütebilecektir. Bunun yanı sıra ilçede turizm bürosunun açılması ve turizm bürosundan çalışmalarla ilgili destek alınması gerekmektedir. Ayrıca ilçede bulunan Nallıhan Meslek Yüksekokulu'nda turizm ilgili bölümlerin açılması ve üniversitenin destinasyon yönetim örgütüne dâhil edilmesi önerilebilir. Bu sayede turizm akademisyenlerinin ilçeye gelmesi bölgede turizm konusunda bir farkındalık yaratarak örgüt içerisinde yapılan iş birliği ile turizmin gelişmesine katkı sağlayabilecektir.

Nallıhan'da turistik arz kaynaklarının tek bir yerde toplanmaması, farklı yerleşim alanlarına dağılması sebebiyle destinasyon yönetim örgütünde Nallıhan Muhtarlar Derneği yer almalıdır. Ayrıca ilçede, Nallıhan Kuş Cenneti ve milli parkların bulunması nedeniyle, destinasyon yönetim örgütünde Doğa Koruma ve Milli Parklar Şefliği ile Nallıhan Orman İşletme Müdürlüğü'nün yer alması önemli olacaktır. Bölgede oluşturulan destinasyon yönetim örgütünün finansal kaynakları ise kamu kurumları ve özel sektör tarafından sağlanabilir. Destinasyon yönetim örgütü, belirli aralıklarla toplantılar düzenleyerek, stratejik ve sürdürülebilir bir turizm planı hazırlamalıdır. İlçedeki tüm mevcut sorunların çözülmesi ancak destinasyonda kurulacak bir yönetim örgütü ile mümkün olabilecektir. Örgütünün liderliğini üstlenen kuruluş ise belediye olabilir. Yerel yönetimler, gerek turizmin geliştirilmesine dair yapılacak planlamalarda karar alma gerekse uygulayıcılar olarak turizm paydaşları arasında en çok etkisi olan oyunculardır (Godfrey, 1998). Sahip oldukları görev ve sorumlulukları itibarıyla belediyeler, destinasyonun

doğru ve stratejik olarak pazarlanmasında, tanıtım faaliyetlerin yürütülmesinde ve destinasyonun markalaşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Ertaş, Çelebi ve Can, 2020).

Ayrıca, nüfusu elli binin altında olan küçük yerleşim yerleri için çevre koruma ve sürdürülebilir kalkınmanın teşvik edilmesi amacıyla, 1999 yılında İtalya'da Cittaslow (Yavaş Şehir) hareketi başlatılmıştır. Yavaş şehir hareketinin kuruluşundaki amaç, yerleşimlerin kendi kimliklerine sahip çıkması ve küreselleşme sonucunda ortaya çıkan kentlerin birbirine benzemesinin önüne geçilmesidir. Bölgelerin yönetiminde; yerel yemeklerine, göreneklerine, yöresel mimarisine, geleneklerine, zanaatlarına, esnafına sahip çıkılması ve desteklenmesi, birliğin üye kentler için ortaya koyduğu kriterler aracılığıyla sağlanmaya çalışılmaktadır (Cittaslow, 2022). Böyle bir organizasyona dâhil olmak, ilçeye daha farklı bir bakış açısı kazandırarak uluslararası bir farkındalık geliştirebilecektir. Buradan hareketle, kriterlere uyum sağladığı düşünüldüğünde Nallıhan için bir Cittaslow hareketi önerisi yapılabilir.

KAYNAKÇA

Adamiak, C. (2020). Peer-to-peer Accommodation in Destination Life Cycle: The Case of Nordic Countries. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20 (3), 212-226.

Aleksandrov, K. (2013). A Management Model for Sustainable Development of the Tourist Destination. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 13 (2), 21-26.

Ayan, T. (2015). Beydili Köyünün (Ankara-Nallıhan) Somut Olmayan Kültürel Mirası Üzerine Bir İnceleme (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Ankara Bölge Planı. (2015). "Ankara Bölge Planı 2014-2023", <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/ankara-bolge-plani-2014-2023/1396/>, 01.06.2022.

Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21 (1), 97-116.

Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.

Breakey, N., M. (2005). Tourism Destination Development, PhD Thesis, The University of Queensland.

Coban, G., ve Yildiz, O. S. (2019). Developing a Destination Management Model: Case of Cappadocia. *Tourism Management Perspectives*, 30 (4), 117-128.

Committee on Tourism and Competitiveness (CTC). (2017). The 22nd Session of the General Assembly of the UNWTO, Chengdu, China (A/RES/684(XXII)).

Cittaslow (2022). <https://www.cittaslow.org/content/philosophy/>, 01.07.2022.

Çiçek, B. (2016). Başarılı Bir Destinasyon Oluşturma Sürecinde Kastamonu Örneği (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Đurašević, S. (2011). Uspostavljanje Funkcije Destinacijskog Menadžmenta u Crnoj Gori. Paper presented at The roundtable- NGO Tourism Forum. Bečići: NVO Turistički forum.

Dülgaroğlu, O., Aydemir, B. ve Avcıkurt, C. (2019). Turizm Sektöründe Destinasyon Pazarlaması Üzerine Yeni Bir Yaklaşım. *Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3 (3), 400-410.

- Dinç, Y., Kömür, T., ve İlban, M. O. (2021). Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi İçin Bir Model Önerisi: Ayvalık Örneği, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17 (37), 4376-4399.
- Ertaş, M., Kaygalak-Çelebi, S., ve Kırlar-Can, B. (2020). Şehir Turizminde Belediyelerin Rolü: Büyükşehirlerin Web Sitelerinin İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1076-1091.
- Gartrell, R. B. (1988). *Destination Marketing for Convention and Visitor Bureaus*. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Gunn, C. (2004). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. London. Taylor and Francis.
- Godfrey, K.B. (1998), "Attitudes Towards Sustainable Tourism in the UK: A View from Local Government", *Tourism Management*, 19 (3), 213- 224.
- Gökçe, G. C. (2018). Kültürel Peyzaj-Turizm İlişkinine Yönelik Kırsal Kimlik Koruma Modeli: Nallıhan-Beydili Örneği (Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Gökçe, G. C. ve Açıksöz, S. (2015). Kültürel Peyzaj Bileşenleri ve Turizm İlişkisinde Görsel Peyzaj Analizi: Nallıhan-Beydili Köyü Örneği. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015)*, 409-419.
- Haugland, S. A., Ness, H., Grønseth, B. O., ve Aarstad, J. (2011). Development of Tourism Destinations: An İntegrated Multilevel Perspective. *Annals of Tourism Research*, 38 (1), 268-290.
- Henderson, J. C. (2008). Tourism Destination Development: The Case of Malaysia. *Tourism Recreation Research*, 33 (1), 49-57.
- Johns, N., ve Mattson, J. (2005). Destination Development Through Entrepreneurship: Acomparison of Two Cases. *Tourism Management*, 26 (4), 605-616.
- Karabaşa, S., ve Kara, Ç. (2022). Oyanın Mirası Nallıhan İğne Oyasının Miras Olma Serüveni. *Folklor/Edebiyat*, 28 (110), 499-522.
- Korkmaz, N., ve Karadeniz, N. (2004). Nallıhan-Hoşbebe Orman İçi Dinlenme Yerinin Rekreasyon Kaynaklarının Geliştirilmesi. *Journal of Agricultural Sciences*, 10 (01), 24-30.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., ve Baloglu, S. (2018). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Klimek, K. (2013). Destination Management Organisations and their Shift to Sustainable Tourism Development. *European Journal Of Tourism, Hospitality And Recreation*, 4 (2), 27-47.
- Niekerk, M. V. (2014). The Role of the Public Sector in Tourism Destination Management from a Network Relationship Approach, *Tourism Analysis*, 19 (6), 701-718.
- Nallıhan Turizm Gelişim Stratejisi. (2011). "Nallıhan Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Projesi", https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/35_nallihan-turizm-gelisim-stratejisi-2023.pdf /., 05.05.2022.
- Nallıhan Belediyesi. (2022). "Nallıhan'da Turizm", <https://www.nallihan.bel.tr/>, 15.05.2022.
- Pearce D. G. ve Schänzel H. A. (2013). Destination Management: The Tourists Perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2 (3), 137-145.

- Presenza, A., Sheehan, L., ve Ritchie, J.R.B. (2005). Towards a Model of the Roles and Activities of Destination Management Organizations, *American Journal of Industrial and Business Management*, 6 (2), 1-17.
- Prideaux, B. (2000). The Role of the Transport System in Destination Development. *Tourism Management*, 21 (1), 53-63.
- Rodríguez-Díaz, M., ve Espino-Rodríguez, T. F. (2008). A Model of Strategic Evaluation of A Tourism Destination Based on Internal and Relational Capabilities, *Journal of Travel Research*, 46 (4), 368-380.
- Sainaghi, R. (2006). From Contents to Processes: Versus a Dynamic Destination Management Model (DDMM). *Tourism Management*, 27 (5), 1053-1063.
- Silvana, Đ. (2015). Tourism in Montenegro: A Destination Management Perspective, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 63 (1), 81-96.
- T.C. Nallıhan Kaymakamlığı (2022). "Nüfus", [http://www.nallihan.gov.tr/nufus /](http://www.nallihan.gov.tr/nufus/), 04.06.2022.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). "Nallıhan", <https://ankara.ktb.gov.tr/TR-152779/nallihan.html> /, 10.06.2022.
- Öztürk, Y., Kozak, M., Yeşiltaş, M., Özel, H. Ç., ve Aksöz, O. (2013). Destinasyon Tanımı ve Özellikleri: Destinasyon Yönetimi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Varghese, B. (2013). Intervention of Destination Management Organization's in Tourist Destinations for Branding, Image Building and Competitiveness – A Conducive Model for Karnataka. *Journal of Investment and Management*, 2(3), 50-56.
- Varghese, B., ve Paul, N.I.J. (2014). A Literature Review on Destination Management Organization (DMO), *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, 4 (12), 82-88.
- Wang, Y., ve Xiang, Z. (2007). Toward a Theoretical Framework of Collaborative Destination Marketing. *Journal of Travel Research*, 46 (1), 75-85.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Zhang, C., ve Xiao, Honggen. (2014). Destination Development in China: Towards an Effective Model of Explotation, *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (2), 214-233.

EXTENDED ABSTRACT*GENİŞLETİLMİŞ ÖZET***A DESTINATION MANAGEMENT MODEL PROPOSAL FOR NALLIHAN TOURISM**

Introduction and Research Purpose: The destination management organization (DMO) plays a very important role in ensuring cooperation and coordination among tourism stakeholders. The aim of this study is to propose a destination management model for developing tourism in Nallıhan. In the achievement of this aim interviews were held with tourism stakeholders in order to determine the problems in Nallıhan tourism. The data were collected through the combination through the combination of literature review and 9 in-depth interviews with including the leading managers of the city, which is thought to be effective in Nallıhan tourism, representatives of non-governmental organizations, tradesmen and craftsmen.

Literature Review: This study aims to propose a destination management model for developing tourism in Nallıhan. Although Nallıhan has a strong tourism supply potential, it is a district that has not made much progress in terms of tourism. Nallıhan district cannot use its tourism potential. Nallıhan was chosen in the study to contribute to this. There is a significant gap within the literature on Nallıhan's touristic potential. No studies on destination management could be found in Nallıhan. For this reason, it is thought that the study will contribute to the literature. It is thought that the destination management model proposed in the study can play an important role in making Nallıhan tourism more competitive and sustainable.

Methodology and Findings: In this study qualitative research method was used. In the interviews with the participants, a semi-structured interview form was preferred to obtain in depth information. The data obtained were analyzed descriptively. The interview form was prepared to develop a destination management model for Nallıhan tourism. After the interview form was prepared, the participants to be interviewed were contacted and an appointment was made. Interviews were held on 13.06.2022 with 3 non-governmental organizations, 2 managers and 4 tradesmen who voluntarily participated in the research. Interviews with the participants were conducted in the form of chat, and the duration of the interview lasted an average of 30 minutes. Those who participated in the interview agreed that there have been no organized work to develop tourism in Nallıhan. If a destination management organization is to be established in Nallıhan will be able to help solve the current problems related to tourism. In addition, it will can play an important role in making tourism more competitive and sustainable in the destination. In the study, it has been revealed that there are many problems such as infrastructure, superstructure, accessibility, inadequacy of facilities, lack of advertising and promotion, unconsciousness of local people about tourism in Nallıhan.

Conclusions and Recommendation: Relying on the interviews conducted under the scope of this research, we argue that it is seen that the participation of the tourism stakeholders in the management is not at the desired level and cooperation between the stakeholders cannot be achieved. Increasing competition between destinations makes it necessary for destinations to seek new ways in management and marketing. No matter how much tourism potential the region has, tourism assets will not be sufficient if management and marketing strategies cannot be developed. All stakeholders, especially the local people, should benefit from tourism and be included in the decisions taken. It is seen that there is a need for medium and long-term planning studies to develop tourism in Nallıhan. Giving more authority to public and private institutions related to tourism in the region will contribute to the development of tourism. Based on the data obtained, the study tried to make suggestions to the central and local government and all stakeholders for the development of tourism in the region. The study offers a destination management organization model proposal for Nallıhan, based on the data obtained from the interviews with the participants, the observations made and the literature. It is thought that the proposed destination management organization model can play a role in the correct and coordinated organization of the stakeholders. The generalization of the developed model is limited since it was created by considering the characteristics of the region and the conditions specific to the region. However, it can be an example in making inferences about the destination management organization in future studies.

KATKI ORANI BEYANI VE ÇIKAR ÇATIŞMASI BİLDİRİMİ

Sorumlu Yazar <i>Responsible/Corresponding Author</i>	Melis UÇAR			
Makalenin Başlığı <i>Title of Manuscript</i>	Nallıhan Turizmi İçin Bir Destinasyon Yönetim Modeli Önerisi			
Tarih <i>Date</i>	25.07.2022			
Makalenin türü (Araştırma makalesi, Derleme vb.) <i>Manuscript Type (Research Article, Review etc.)</i>	Araştırma Makalesi			
Yazarların Listesi / List of Authors				
<i>Sıra No</i>	Adı-Soyadı <i>Name - Surname</i>	Katkı Oranı <i>Author Contributions</i>	Çıkar Çatışması <i>Conflicts of Interest</i>	Destek ve Teşekkür (Varsa) <i>Support and Acknowledgment</i>
1	Ahmet TAYFUN	Eşit oranda katkı sağlanmıştır	Bulunmamaktadır	-
2	Melis UÇAR	Eşit oranda katkı sağlanmıştır	Bulunmamaktadır	-
3	Günay AHMADLI	Eşit oranda katkı sağlanmıştır	Bulunmamaktadır	-