



Bir Turizm Şehri Geliştirmek

Developing a Tourism City

Dr. Öğr. Üyesi Serhat BİNGÖL ¹

Öz

Çalışmanın amacı, turizm şehrinin geliştirilmesinde rol oynayan önemli konuları ortaya koymaktır. Ancak çalışma, halihazırda bir turizm şehri olarak görülen şehirlerden ziyade, turizm şehri olmayı hedefleyen şehirlere katkı sağlamaya yöneliktir. Bu bağlamda, turizm şehri olmayı hedefleyen bir şehrin, (i) *planlama*, (ii) *ulaşım* (iii) *sürdürülebilirlik ve taşıma kapasitesi*, (iv) *iklim değişikliği*, (v) *kentsel mekânlar ve soylulaştırma*, (vi) *turist-yerel halk ilişkisi*, (vii) *turizm türleri ve turist tipolojileri*, (viii) *etkinlikler*, (ix) *akıllı şehirler* ve (x) *markalaşma ve imaj* konularını sürekli gündeminde tutması gerektiği ortaya çıkmıştır. Bu konuların, bir yol haritası olarak ele alınması, şehrin ekonomik ve turizm kaynaklarının doğru değerlendirilmesine de katkı sağlayacağı varsayılmaktadır. Dolayısıyla, turizm şehri geliştirmek için çok yönlü çalışmalar ve bütünlük turizm yaklaşımının sergilenmesine ihtiyaç vardır. Turistlerin talepleri kadar, yerel halkın katılımının da ön plana alındığı bir destinasyon stratejisi belirlenmelidir. Ayrıca, tüm paydaşların buna hazır ve istekli, şehrin ise özel turistik mekânlara sahip olması gerekmektedir. Sonuç olarak, bir turizm şehrinin geliştirilmesinde rol oynayan konuların sürekli gündemde olması, şehirdeki sosyal, kültürel ve çevresel dengeler gözetilerek hareket edilmesini ve başarılı bir turizm şehri olmanın şartlarını yerine getirmeye yönelik adımların atılmasını teşvik edecektir.

Anahtar Kelimeler: Şehir turizmi, kent turizmi, turizm destinasyonu, turizm gelişimi.

Makale Türü: Araştırma

Abstract

The study aims to reveal vital subjects about developing a tourism city. However, the study aims to contribute to cities that aim to become tourism cities rather than cities that are currently seen as tourism cities. In this context, a city that aims to be a tourism city should take its agenda following subjects; (i) *planning*, (ii) *transportation* (iii) *sustainability and carrying capacity*, (iv) *climate change*, (v) *urban spaces and gentrification*, (vi) *tourist-resident relationship*, (vii) *tourism segments and tourist typologies*, (viii) *events*, (ix) *smart cities*, and (x) *branding and image*. It is assumed that considering these subjects as a road map will contribute to the proper understanding of the city's economic and tourism resources. Therefore, multidimensional studies and an integrated tourism approach should be conducted to develop a tourism city. A destination strategy should be determined in which the participation of the residents is prioritized as much as the demands of the tourists. Furthermore, all stakeholders need to be ready and willing to do so and the city must have special tourist attractions. As a result, the fact that the subjects that play a role in developing a tourism city are constantly on the agenda will encourage taking steps to fulfill the conditions of being a successful tourism city, considering the social, cultural, and environmental balances in the city.

Keywords: City tourism, urban tourism, tourism destination, tourism development.

Paper Type: Research

Giriş

¹ Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Serhat.bingöl@bilecik.edu.tr

Atf için (to cite): Bingöl, S. (2024). Bir Turizm Şehri Geliştirmek Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 26(2), 785-799.

Şehirler, turist akışının yoğun olduğu her türlü iklim koşuluna uygun, iç ve dış mekân faaliyetlerine sahiptir. Aynı zamanda, turizm akışlarını yöneten ve yönlendiren seyahat merkezleri olarak da hizmet etmektedirler (Mazanec ve Wöber, 2010). Ancak şehirler, tüm yıla yayılan turizm destinasyonları olarak görülseler de turizm talebindeki değişimler, bu destinasyonlar için de geçerlidir. Bu nedenle şehirler, potansiyel turistlere ikna edici bir şekilde hitap etme ve onları destinasyona çekme konusunu, her zaman gündemlerinde tutmaktadırlar. Ashworth (2003) şehirleri, turistik faaliyetlerin gerçekleştirilebileceği sosyal, kültürel, fiziksel ve estetik sahneler olarak tanımlamıştır. Ayrıca, yerel halkın kültürü ve turistlere bakış açısı da son derece önemlidir.

2000’li yıllarla birlikte eski sanayi şehirleri olarak yeni büyükşehirler, değişen dünyaya ve küresel turizm hareketlerine uyum sağlamaya başlamışlardır. Dolayısıyla bu şehirler, turizmi merkezlerine alarak, şehir turizmi olgusunun gelişmesini sağlamışlardır. Buna araştırmacıların ilgisi eşlik etmiş ve birçok araştırma yapılmıştır (Maitland ve Ritchie, 2009). Ancak makro düzeyde şehir turizmini anlamak için analitik bir çerçeve hâlâ eksiktir. Yapılan araştırmalar, genellikle vaka çalışmaları yoluyla turizmin etkilerini değerlendirme eğilimindedir. Sınırlı teorik çerçeveler ve veri eksikliği, şehirlerin değişen turizm dinamikleriyle etkileşimine yönelik anlayışı ve sistematik analizi sınırlamaktadır.

Sınırları ortadan kaldırmanın bir yönü, turizmin günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak görülmeye başlanmasıdır. Bu da ancak yerel halkın katılımıyla mümkündür. Yerel halk, ziyaretçilerle aynı etkinlikleri yaparak, yeni kentsel kültürü paylaştıklarından dolayı, giderek artan bir şekilde, kendi yaşadıkları şehirlerde turist gibi davranarak, turistik ürünleri tüketmeye başlamışlardır (Clark, 2003, s. 294). Böylelikle, şehrin kendileri için yeni olan veya cazibe merkezlerine sahip olan bölgelerini, özellikle de gözde turistik mekânları ziyaret etmektedirler. Dolayısıyla, şehir turistlerinin isteği, aynı zamanda yerel halkın da isteği haline gelmektedir.

Bütün turistik destinasyonlar için altyapı, ulaşım, konaklama, müzeler ve tematik parklar gibi turizm gelişiminin önemli yatırımları oldukça maliyetlidir. Dolayısıyla, bu tür turizm yatırımlarının dikkatli bir şekilde planlanması önemlidir. Bunun için de şehirlerin öncelikle turistlere yönelik hizmet noktaları tasarlamaları gerekmektedir. Turistlere yönelik tasarımlar, şehrin doğru yapılanması ve bir turizm şehri haline gelmesini sağlamaktadır. Bu nedenle, bir turizm şehri geliştirmenin ilk aşaması, şehirleri ziyaret eden turistlere odaklanmayla başlamaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, bir turizm şehrinin geliştirilmesinde rol oynayan önemli konuları ortaya koymaktır. Araştırmada güncel konuların ön plana çıkması için 2010’dan itibaren yapılan çalışmaların incelenmesinin daha önemli olduğu düşünülmüş ve 2010-2022 yılları arasında, farklı ülkelerde yapılan çalışmalardan yararlanılmıştır.

Bu çalışma, mevcut turizm şehirlerinden ziyade, turizm şehri olmayı hedefleyen şehirlere katkı sağlamaya yöneliktir. Bu bağlamda, turizm şehri olmayı hedefleyen şehirlerin, gündemde tutması gereken hayati konuların ortaya konması hedeflenmiştir. Böylelikle, karar alıcıların bu süreçte nereden başlamaları gerektiği, nasıl bir yol izleyecekleri ve hangi sorunlarla karşılaşabilecekleri gibi dikkate değer konuları gündeme almasına yardımcı olması planlanmıştır. Ayrıca, ortaya çıkan konuların, bir yol haritası olarak ele alınması, şehrin ekonomik ve turizm kaynaklarının doğru değerlendirilmesine de katkı sağlayacağı varsayılmaktadır. Sonuç olarak, bir turizm şehrinin geliştirilmesinde rol oynayan konuların sürekli gündemde olması, şehirdeki sosyal, kültürel ve çevresel dengeler gözetilerek hareket edilmesini ve böylelikle başarılı bir turizm şehri olmanın şartlarını yerine getirmeye yönelik adımların atılmasını sağlayacaktır.

1. Şehir Turizmi

Türkiye’de hem akademik literatür ve diğer yazılı eserlerde hem de sözlü iletişimde kent ve şehir kavramları çoğunlukla aynı anlamda kullanılmaktadır. Ancak sanayi devriminin toplumsal dinamikleri sonucu ortaya çıkan kent kavramı, şehirden farklı bir anlama sahiptir (Aslantürk, 2022). Bu bağlamda kenti, ekonomik ilişkiler üzerinden tasarlanan politik

yapılanmalar oluştururken, şehir ise yaşam şekli ve kültürel değerler sisteminin bir ürünüdür. Başka bir deyişle şehir, organik dayanışma ve uygarlık unsurlarından oluşurken, kent ise mekanik dayanışma ve bireysellik ile anılmaktadır. Bu çerçevede, turizm destinasyonları kültür, değer ve yaşam şekilleri üzerinden ele alındığından dolayı (Kontogeorgopoulos, 2003; Van Egmond, 2007), çalışmada şehir ve şehir turizmi kavramları tercih edilmiştir.

Şehirler insan akışını ve bölgeler arasındaki ilişkileri yöneten mekânlar haline gelmiştir. Özellikle büyükşehirler, iş gücünün kültürel miras alanlarıyla bütünleşmesiyle çekici destinasyonlar olmaya başlamışlardır. Bu gelişmeler, şehir turizmine yönelik farklı yaklaşımların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Şehir turizminin incelenmesine önceleri, *coğrafi veya kentsel planlama* perspektifinden yaklaşılmıştır (Meyer-Arendt, 1990). Sonrasında ise destinasyonların genel pazarlama stratejisinin bir parçası olarak işlev gören *turizm bölgeleri kavramı* (McDonnell ve Darcy 1998) ve bu bölgelerin *ekonomik kalkınmadaki rolü* (Judd, 1995) hakkında fikirler geliştirilmiştir. Ancak genel anlamda *coğrafi, ekonomi politik, sosyo-kültürel, psikolojik ve post yapısalci yaklaşımlar*, şehirleri daha yoğun tartışmıştır (Hayllar, Griffin ve Edwards, 2008).

Coğrafi yaklaşım, McDonnell ve Darcy'nin (1998) özetlediği gibi, şehir turizmini tanımlamak için tarih, turizm, rekreasyon ve yerleşim bölgeleri kavramlarını kullanmıştır. Şehirlerde yer alan bu bölgeler, yerel halk ve turistler için konaklama, yeme-içme ve alışveriş gibi hizmetler sunmaktadır. Bu yaklaşım, şehir turizminin gerçekleştiği mekânları, ilgi çekici ürünler sunan cazibe merkezleri olarak görmektedir. Dolayısıyla coğrafi yaklaşım diğer yaklaşımlarla ilişki içindedir. Şehir turizmine yönelik ekonomi politik yaklaşım, coğrafi yaklaşımla örtüşen bağlamda ele alınmaktadır (Page, 1995; Law, 2002). Şehir turizminde ekonominin önemi ve şehirlerin ekonomik olarak yeniden gelişmeyi nasıl teşvik ettiğiyle ilgilidir. Bu bakımdan şehir turizmine yönelik ekonomi politik yaklaşım, şehirlerin gelişimine yönelik alınan politik kararların ekonomiye etkisini tartışmaktadır.

Şehir turizmine yönelik sosyokültürel yaklaşım, sosyolojiden yararlanmaktadır. Sosyolojik çalışmalar, turisti, turist-yerel halk etkileşimlerini, turizm sisteminin yapısını ve işleyişini ve turizmin sosyal ve çevresel sonuçlarını incelemektedir (Cohen, 2004). Dolayısıyla, toplumsal ilişkilerin en yoğun yaşandığı şehirlerde, turist hareketleriyle ortaya çıkan ilişkilerin incelemesinde, sosyolojinin katkısı kaçınılmazdır. Psikolojik yaklaşım ise şehirlerin değişen çehrelerindeki turist davranışı ve deneyimlerinin incelenmesini konu edinmektedir (Hayllar vd., 2008). Son olarak, post yapısalci yaklaşım, şehirlerdeki mekânların temsilini, üretimini ve tüketimini, sosyokültürel bir süreç olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım, mekânların nasıl sunulduğu ve turistlerin bu mekânları nasıl deneyimlediği konusunda gelişigüzel hiçbir şey olmadığını iddia etmektedir. Bu yaklaşımların turizm şehirlerine en büyük katkısı, ekonomik kalkınma ve soylulaştırma (gentrification) konularıdır (Bellini ve Pasquinelli, 2017).

Ashworth (2003) şehirleri, turistik faaliyetler için önemli bir ortam olarak tanımlayan ilk araştırmacılardan biridir. Ona göre şehirlerdeki mekânlar, turistik faaliyetlerin gerçekleştirilebileceği sosyal, kültürel, fiziksel ve estetik sahneler sunar. Ancak esas olan ziyaretçiyi karşılayan şehrin ve yerel halkın estetiği ve kültürüdür. Şehir ve sunulan hizmetler, çoğu destinasyonda dağınık olmaktan ziyade, yoğunlaşma eğilimindedir. Bu yoğunlaşma noktaları, manzaraları, alışveriş alanlarını, simgesel kültürel kurumları veya tarihi öneme sahip mekânları içerebilir. Bununla birlikte, turizmle ilgili hizmetlerin yanında, benzer veya farklı türlerdeki birçok cazibe merkezinin bir araya geldiği bu alanlar, bir turizm bölgesi olarak kabul edilen belirli bir mekânsal, kültürel, sosyal ve ekonomik kimliğe bürünmektedir (Hayllar vd., 2008, s. 8).

Şehirler, çeşitli aktiviteler ve eğlence olanakları sunan dinamik ve kozmopolit yerleri deneyimlemekle ilgilenen turistleri her zaman cezbetmektedir. Bu karmaşık yapıdaki destinasyonları ziyaret etme fikri de her zaman rağbet görmektedir. Bu nedenle, turizm artık birçok şehir yaşamının ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Ancak şehir turizmi sık sık olgunlaşmamış bir araştırma alanı olarak da anılmaktadır. Ashworth ve Page'e (2011, s. 2) göre, "Neden turizm çalışmaları şehirleri ihmal ediyor ya da neden şehir çalışmaları turizmi ihmal

ediyor?” sorusunun tarihsel kökenleri vardır. Buna göre hem şehir hem de turizm araştırmalarında, araştırmacıların turizme az ilgi göstermeleri nedeniyle, şehir turizmi belirsiz bir kavram olarak kalmaya devam etmiştir. Ancak tarihi şehirlerde turizmin olumsuz yanlarını düzenleme ve giderme ihtiyacına artan ilgiye paralel olarak, şehir turizmine olan ilgi hızla artmıştır. Bu eğilim, düşük maliyetli hava taşımacılığının ortaya çıkması ve Avrupa şehirlerinin bağlantılarının iyileştirilmesiyle de desteklenmiştir.

Avrupa başkentlerinin turistik çekiciliklerine yönelik çalışmalarında Mazanec ve Wöber (2010), bu başkentlerin turistlerde hangi çağrışımları yaptıklarına yönelik sonuçlara ulaşmıştır (Tablo 1). Aynı yazarlar, Avrupa tarihinin tüm dönemlerini yansıtan, zengin bir kültürel mirasa sahip olan İngiliz şehri York’a ise ayrı bir parantez açmıştır. Yazarlara göre York, yüksek hızlı tren erişimi olması, konumu, yaya odaklı tarihi ortamı ve çağdaş alışveriş imkânlarını sunmasıyla, her yıl gelişen ve yeni fırsatlar yaratan örnek bir turizm şehridir. Hayllar ve Griffin (2005) ise Sidney’in The Rocks Bölgesi’nde, turist deneyimlerini keşfetmek için çalışma yürütmüştür. Buna göre, The Rocks turistlerin kendilerini rahat hissettikleri ve yerel halk tarafından hoş karşılandıkları bir bölge olarak görülmektedir.

Tablo 1. Avrupa başkentlerinin turistik çağrışımları

<i>Şehirler</i>	<i>Çağrışımlar</i>
Amsterdam	Düşkünlük, samimiyet, şehvet, eğlence
Atina	Düşkünlük, güven, memnuniyet
Berlin	Şehvet
Bükreş	Sevinç, huzur
Budapeşte	Eğlence, hayranlık, sevinç
Kopenhag	Düşkünlük, samimiyet, coşku, sevinç
Dublin	Düşkünlük, şehvet, dostluk, eğlence, hayranlık
Lizbon	Hayranlık, bağlılık, düşkünlük, heyecan
Paris	Aşk, tutku, eğlence
Prag	Şehvet, hassasiyet, hoşnutluk
Riga	Düşkünlük, eğlence
Roma	Hayranlık, güven, şaşkınlık, şevk
Sofya	Düşkünlük, şehvet
Stockholm	Adanmışlık, şehvet, sürpriz
Viyana	Düşkünlük, mutluluk
Varşova	Eğlence, memnuniyet

Kaynak: Mazanec ve Wöber, 2010, s. 208.

Aynı yazarlar daha sonra, Sidney’de yer alan Darling Harbour’u konu etmiştir (Hayllar ve Griffin, 2006). Ancak bu bölge fiziksel anlamda The Rocks ile oldukça farklıdır. Darling Harbour, 1980’lerin ortalarında, demiryolu yük depolarından oluşan endüstriyel bir araziden geliştirilen arketipsel bir festival pazarını temsil etmektedir. Darling Harbour’un yeniden geliştirilmesi, önceden var olan dokusunun toptan temizlenmesini ve çeşitli cazibe merkezlerini, kültürel kurumları, turistik alışveriş, yeme, içme ve eğlence mekânlarını, kongre ve sergileri

içeren yeni bir bölge oluşturulmasını içermektedir. Çalışmanın sonucuna göre, The Rocks ile bariz farklılıklarına rağmen, Darling Harbour da turistler için bazı benzer önemli işlevleri yerine getirmektedir. Bu bölge de tıpkı The Rocks gibi, turistlerin rahat olduğu ve Sidney halkıyla bir bağ hissettikleri bir yerdir, zira burada hem turistler hem de yerel halk benzer, eğlenceli bir ruh halindedir.

2. İnceleme Yaklaşımı

Bu çalışma, bir turizm şehrinin geliştirilmesinde rol oynayan önemli konuları ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Güncel konuların gündeme alınması için 2010 yılından itibaren Türkçe ve İngilizce olarak yayımlanan çalışmalar incelenmiştir. İlk olarak, Eylül-Kasım 2021 tarihlerini kapsayan üç aylık süreçte, o döneme kadar olan çalışmalara yönelik literatür taraması yapılmıştır. Ardından, yayım sürecindeki hakem geri dönütleri çerçevesinde, 26.02.2023-11.03.2023 tarihleri aralığında ise 2022 yılı sonuna kadar olan çalışmalara yönelik literatür taraması yapılmıştır.

Literatür taraması yapılırken, *Google Akademi* veri tabanında Türkçe ve İngilizce anahtar kelimeler olan, *urban tourism*, *urban travel*, *city tourism*, *city travel*, *kent turizmi* ve *şehir turizmi* kavramları kullanılmıştır. Ayrıca, aynı kriterlerle *Web of Science* ve *ULAKBİM* veri tabanlarında da taramalar yapılmıştır. Ancak bu veri tabanlarında ulaşılan çalışmalar, sayıca daha az olup, *Google Akademi* veri tabanında ulaşılan çalışmalarla aynı çalışmalar olarak ortaya çıkmıştır. Bu nedenle literatür taraması, 2010-2022 yılları arasındaki *Google Akademi* veri tabanında yer alan, Türkçe ve İngilizce dillerinde yayımlanan çalışmaları kapsamaktadır.

Çalışma kapsamında belirlenen anahtar kelimeler ve kavramlarıyla yapılan literatür taraması sonucunda toplam 1200 çalışmaya ulaşılmıştır. Ancak çalışmaların 220'si, erişim sorunu nedeniyle araştırma dışı kalmıştır. Sonuç olarak, ulaşılan 980 çalışmanın *öz*, *anahtar kelimeler*, *giriş* ve *sonuç* bölümlerinde yer alan temel bilgiler, doküman analizi ile karşılaştırılmıştır. Böylelikle şehir turizmine yönelik yapılan çalışmalarda ortaya konan temel konular belirlenmiştir. Doküman analizi, yazılı belgelerin (makale ve kitap gibi tüm yazılı belgeler) sistematik bir biçimde analiz edilmesine yönelik bir nitel araştırma yöntemidir (Wach, 2013). Bu analizle, anlam ve ampirik bilgi geliştirmek için verilerin sistematik incelenmesi ve yorumlanması sağlanmaktadır (Corbin ve Strauss, 2008).

Bilimsel araştırmalar, çok boyutlu bir sürecin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Araştırmacılar, bilim dünyası ve topluma karşı sorumlu oldukları için araştırma sürecinin her detayı ile ilgilenmektedirler. Bu nedenle, *güven duyulabilirlik* (*trustworthiness*) koşulunun yerine getirilebilmesi için *inanılabilirlik*, *aktarılabirlik*, *güvenilirlik/istinat* ve *doğrulanabilirlik* kriterlerine uyulması gerekmektedir (Neuman, 2006; Gönç Şavran, 2012). Bu çalışma, verilerin açık kaynaklarda kolayca ulaşılabilir olması nedeniyle, güven duyulabilirlik kriterlerini sağlayacak şekilde tasarlanmıştır.

3. Bulgular: Bir Turizm Şehrinin Geliştirilmesinde Rol Oynayan Konular

Kırsal bölgelerden şehirlere doğru yaşanan göçlerle, şehirlerde yaşayan insan sayısı ve ticari faaliyetler hızla artmıştır. Bu durum hem farklı kültür ve yaşayış biçimlerinin hem de yeni iş merkezlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Zaman geçtikçe, şehirlerdeki insan akışı uluslararası boyuta doğru evrilmeye başlamıştır. Benzer bir süreçten geçen kitlesele turizm hareketleri ise önceleri deniz-kum-güneş turizmiyle başlamıştır. Bunun yanında, zamanla deneyim odaklı turizme yönelik talepler de artmıştır. Bütüncül bir deneyim fırsatını da en çok şehirler sunmuştur. Böylelikle şehirler, git gide turistik çekim merkezleri haline gelmiştir.

Şehirler, turizmi etkileyen birçok krizle karşılaşmasına rağmen, tüm bunlara bir şekilde direnmiştir. Çünkü şehir turizmi, kendi içinde çok yönlü bir olgudur ve turizm faaliyetlerini her şekilde sunmaktadır. Dolayısıyla, kitle turisti, kültür turisti ve sırt çantalı gezginler dâhil, farklı turist tiplerine hitap etme potansiyeli vardır. Maciocco'ya (2008) göre şehir turizmi, sadece bir kentin/bölgenin/mekânın ekonomik gelişimini etkilemekle kalmaz, aynı zamanda bir

destinasyonun sosyal, kültürel, politik ve ekolojik boyutlarını da etkilemektedir. Bu nedenle, bir turizm şehri geliştirmek için hangi konuların gündemde olması ihtiyacı daima mevcuttur. Bu da şehir turizmi çalışmalarının buluştukları ortak noktalar ve tartışmalarda ortaya konan konularla mümkün olabilir. Böylelikle bu konular, bir turizm şehri olmayı hedefleyen şehirlere katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda yapılan analizler sonucunda, bir turizm şehrinin geliştirilmesinde rol oynayan en önemli konular; (i) *planlama*, (ii) *ulaşım* (iii) *sürdürülebilirlik ve taşıma kapasitesi*, (iv) *iklim değişikliği*, (v) *kentsel mekânlar ve soylulaştırma*, (vi) *turist-yerel halk ilişkisi*, (vii) *turizm türleri ve turist tipolojileri*, (viii) *etkinlikler*, (ix) *akıllı şehirler* ve (x) *markalaşma ve imaj* olarak ortaya çıkmıştır.

3.1. Planlama

Bir turizm şehrinin gelişiminde, doğru bir kentsel planlamayla başlamak hem yerel halk hem de turistlerin istek ve ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulması açısından önemlidir. Bir şehir, nüfus ve etkinlikler bağlamında gelişirken, turistik hareketliliğin de bu yönde gelişmesi için turizm çekiciliklerinin ön plana alınması ve etkili bir destinasyon planlaması yapılması önem arz etmektedir. Nitekim Uğur (2017), şehir turizminin gelişimi ile kentsel planlama arasında güçlü bağlantılar olduğunu savunmuştur. Bu nedenle, bir turizm şehrinin gelişimi için makro ve mikro ölçekli planlama uygulamalarının destinasyonun turizm varlıkları çerçevesinde ele alınmalıdır.

Panagiotopoulou, Somarakis ve Stratigea (2020)'ya göre, makro planlama, kültürel haritalama, ulaşım, iletişim, kaynak kullanımı, veri yönetimi ve mekânsal modelleri kullanarak, bütünleşmiş bir çerçeve sunmaktadır. Böylece, tüm paydaşların katılımıyla, şehirlerin turizm gelişimi hedeflerine ulaşmasına yönelik turizm varlıklarının tasarlanması, pazarlanması ve yönetimi için etkin stratejiler belirlenebilir. Ayrıca, şehir turizminin gelişimine yönelik makro ölçekli planlamaların yanında, turistik ürün gelişimi ve pazarlama bağlamında çevrimiçi erişilebilirlik ve akıllılık mikro ölçekli planlamalar, birçok şehir turistini harekete geçirebilecek özelliklere sahiptir (Rogerson ve Rogerson, 2019).

Öte yandan şehir planlamasının göz ardı edilmesi, şehir turizminde büyük zaafılara yol açmaktadır. Ahmadi, Rahnamai ve Aliakbari (2021), Kirmanşah (İran) şehrinin kentsel imar planlarındaki turizm kaynaklarının yer almasını, turizm sektörü bakış açısıyla sunmuştur. Buna göre, turistik cazibe merkezlerinin yarısının, doğru planlamayla daha da geliştirilebileceği ortaya çıkmıştır. Ancak Lalici ve Önder'e (2018) göre, teknolojideki ilerlemelerin turizm planlamasını birçok yönden yeniden şekillendireceğini ve bunun daha sonra şehirlerin sürdürülebilir kentsel planlama uygulamalarına yardımcı olacağını belirtmiştir. Çalışmaya göre, destinasyonların akıllı olması ve akıllı ilkelerin uygulanmasıyla, yönetsel zorluklar da aşılabılır.

3.2. Ulaşım

Ulaşım ile ilgili bütün konular, şehir turizminin gelişimi için ön plana alınması gereken konulardır. Ulaşım hem uluslararası hem şehirler arası hem de şehir içi ulaşımı kapsamaktadır. Bu nedenle, şehir turizminin sürdürülebilir bir gelişim göstermesinde kilit bir rol oynamaktadır. Şehirle bütünleşmiş bir havalimanı, uluslararası turist akışının ilk aşaması olarak görülmektedir. Şehirle bütünleşmiş demek, şehre konforlu, hızlı ve ucuz ulaşımın olduğu bir ulaşım sisteminin kurulması demektir. Aynı zamanda, şehir içi ulaşım ağlarına yönelik basit ve etkili bilgilendirmeler demektir. Bir diğer önemli husus ise şehir içi ulaşımındaki yeniliklerdir. Bu nedenle, ulaşım sistemlerinin etkin kullanımı için yeniliklerin yapılması, akıllı turizm konseptinin belirlenmesi ve aşırı turizm hareketlerine yönelik girişimlerin yapılması gerekmektedir (Lee, Hunter ve Chung, 2020).

Tarkowski, Połom ve Puzdrakiewicz (2021), Gdańsk'taki (Polonya) su otobüsünün turistik hareketlere ve trafiğe nasıl hizmet ettiğine odaklanmıştır. Buna göre, şehrin başlıca turistik mekânlarına ulaştığı için, su otobüsü trafik için kilit öneme sahip bir ulaşım aracı olmuştur. Dolayısıyla, şehir içi ulaşım sistemlerinin gelişimi ve farklılaşması turist hareketlerini olumlu yönde etkilemektedir. Wang, Niu ve Qian (2018), yüksek hızlı tren ağlarının gelişimi

sonrasındaki kentsel mekânların değişimini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, yüksek hızlı tren ağları, şehirlerin turistik alanlarının genişlemesini sağlamıştır. Kim (2019) ise Mokpo (Güney Kore) şehrindeki ulaşım kolaylığının şehir turisti memnuniyeti üzerindeki etkisini analiz etmiştir. Buna göre, otoparkların ulaşılabilir olması, memnuniyet üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca, şehir içi ulaşımının turist memnuniyeti üzerindeki etkisi, ulaşımın daha da iyileştirilmesine yönelik çalışmaların yapılmasına da bir ihtiyacın duyulduğu ortaya çıkmıştır.

Birleşmiş Milletler 2015 yılında yoksulluğu sona erdirmek, eşitsizlikle mücadele etmek ve iklim değişikliğiyle mücadele etmek için küresel bir girişim olan *Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini (Sustainable Development Goals)* açıklamıştır. Her bireyin bir ulaşım sistemine erişebilmesi, dünya çapında birçok şehirde bir sorun olduğundan dolayı (Brussel vd., 2019), ulaşım, erişilebilirlik ve eşitsizlik bu hedefler arasında önemli bir yer tutmaktadır. Buna göre, 2030 yılına kadar, engelliler, yaşlılar, kadınlar ve çocukların ihtiyaçlarına özel önem vererek, özellikle toplu taşımayı genişleterek ve yol güvenliğini iyileştirerek, herkes için güvenli, erişilebilir ve sürdürülebilir ulaşım sistemlerine erişim sağlamak amaçlanmıştır (United Nations Report, 2022). Bu nedenle, bir turizm şehrinin gelişiminde en önemli konulardan biri olan ulaşım sistemlerinin tasarlanmasında, ulaşımında eşitsizliklerin ortadan kalkması için erişilebilirliğe ayrı bir parantezin açılması şehre değer katacaktır. Özellikle yaşlı ve engelli insanlar için fırsat eşitliği yaratmak ve engelsiz turizmi geliştirmeye yönelik ortaya çıkan erişilebilir turizm, topluma çeşitli faydalar sunabilir (Qiao, vd., 2022).

3.3. Sürdürülebilirlik ve Taşıma Kapasitesi

Sürdürülebilirlik, şehirlerdeki kapsayıcı turizm faaliyetleriyle paralel ilerlediği için şehir turizmine yönelik tüm konular, sürdürülebilirlik bağlamında ele alındığı takdirde başarılı olur. Pasquinelli (2017) şehir turizmine yönelik, birbiriyle yakından ilişkili olan, *turistlerin ihtiyaçları, tercihleri ve zevkleri, şehir dokusu, şehir turizminin politik ekonomisi ve şehir markalaşması* olmak üzere, dört analiz alanı sunmuştur. Çalışma boyunca temel argüman ise tüm bu konuların ele alınmasında, sürdürülebilirliğin önemidir. Şehirler için sürdürülebilirlik demek, turistlerin ihtiyaç ve istekleri karşılanırken, aynı zamanda, şehrin çevresel, sosyal ve ekonomik dokusunun korunması demektir.

Mackiewicz ve Konecka-Szydłowska (2017), turizm faaliyetleriyle kentsel refah arasında ilişki kurarken, *Polonya Yavaş Şehir Ağı'na* ait şehirler tarafından geliştirilen *yeşil turizm* girişimlerinin önemine değinmiştir. Zeng vd. (2021) ise Çin'deki turizm gelişimini sürdürülebilirlik açısından ele almıştır. Yazarlara göre, Çin'in sürdürülebilir ekonomik büyümesini desteklemede giderek daha önemli hale gelmesine rağmen, büyük enerji tüketimi, şehirlerde özellikle sürdürülebilir ekonomik kalkınmayı kısıtlayan hava kirliliği sorunları yaratmıştır.

Artan turist hareketleri, turistik destinasyonlara ekonomik faydalar sağlarken, aynı zamanda ekoloji üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu nedenle, sürdürülebilir şehir turizminin desteklenmesi yoluyla, ekonomik faydalar ve ekoloji arasında denge sağlanmalıdır. Şehir turizmi, büyük ekonomik fırsatlar sunarken, aynı zamanda destinasyonun *aşırı kalabalık ve kontrolsüz büyümeye* karşı savunmasız olmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda çevrenin korunması, kaynak verimliliği, atık yönetimi ve sürdürülebilir bir konaklama sektörünün varlığı, başarının temel itici güçleridir. Shoval'a (2018) göre, Berlin, Paris, Viyana, Barselona, Lizbon, Prag, Budapeşte ve Üsküp gibi şehirlerde, artan turizm yoğunluğu nedeniyle, *çevresel, sosyal ve ekonomik taşıma kapasitesi* sorunları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla şehirler ancak sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı kaldıklarında bu sorunları çözmeye başarılı olabilirler.

3.4. İklim Değişikliği

Turizm, uluslararası ölçekte en hızlı büyüyen sektörlerden biridir. Bu büyümeye bağlı olarak, bazı coğrafi bölgelerde turizmi canlandırmak için iklimsel koşulların belirleyici olarak dikkate alınması gerekli hale gelmiştir. Bu bağlamda Lopes vd. (2021), Porto (Portekiz) şehri

ziyaret eden turistlerin *biyoklimatik konfor* algısını ölçmüştür. Buna göre, iklim koşullarının turistlerin konforu üzerindeki etkisi olmasına rağmen, turistlerin daha yüksek ve düşük sıcaklıklara toleranslı olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak yazarlara göre, turizmde biyoklimatik konfor için ortalama eşiklerin dikkate alınması önemlidir. Dolayısıyla yapılacak çalışmalarda, *yerel iklim değişikliğine uyum* politikalarının uygulanması ve optimal iklim koşullarının dikkate alınması gerekmektedir.

İklim değişikliği ve şehirler arasındaki bağlantı, disiplinler arası araştırmalar için artan bir öneme sahiptir. Pandy ve Rogerson (2019), Güney Afrika'nın başlıca turizm destinasyonu olan Johannesburg'daki turizm paydaşlarının iklim değişikliği algıları üzerinde durmuştur. Buna göre, Johannesburg yöneticileri tarafından açıkça kabul edilen iklim değişikliği tehditleri, yerel turizm paydaşları tarafından bir risk unsuru olarak görülmemiştir. Dolayısıyla turizm paydaşlarından başlamak üzere, yerel halkın bu konuda bilinçlendirilmesi oldukça önemlidir. Aall ve Koens (2019), şehirlerde sosyal ve çevresel sürdürülebilir kalkınmayla yerel halkın yaşam kalitesi arasında, bir ilişki olduğunu savunmuştur. Buna göre, iklim değişikliğinin yerel halk tarafından ciddiye alınmaması, şehirlerde ciddi sorunlar yaratacaktır. Bu nedenle şehirler, mevcut çevresel sorunları çözmeye çalışırken, aynı zamanda gelecekteki olası riskleri önlemeye yönelik uygulamaları da hayata geçirmelidir.

3.5. Kentsel Mekânlar ve Soylulaştırma

Borseková, Vanova ve Vitalisova (2017) Kosice (Slovakya) şehrine yönelik araştırmalarında, kentsel mekânların şekli ve kalitesinin, kültürel yaşam üzerinde etkisi olan bir dönüşüm sürecinin parçası olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yazarlara göre Kosice'nin 2013 yılında Avrupa Kültür Başkenti unvanına layık görülmesi kentsel mekânların kalitesiyle ilgilidir. Encalada-Abarca, Ferreira ve Rocha (2021) ise Lizbon'un (Portekiz), mekânsal düzene sahip olması gerektiğine yönelik coğrafi bir bakış açısı ortaya koymuştur. Dolayısıyla şehirlerdeki mekânların şehirlerdeki konumu, şekli ve turistler tarafından algılanışı, bir turizm şehrinin yapısının belirleyicilerdir.

Maitland ve Newman'ın (2009) Londra (İngiltere) üzerine yaptıkları çalışmada, şehir merkezini hem yerel halk hem de turistler için çekici kılan şeyin, *soylulaştırma (gentrification)* olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre, yerel halk ve turistlerin rekabetten ziyade, *şenlik duygusu* dedikleri şeyi deneyimlediği görülmüştür. Ancak *soylulaştırma çalışmaları*, şehri kısırlaştırma potansiyeline de sahiptir. Bunu yapmak, kentsel yaşamın ve seyahat etmenin heyecanını kaçırabilir. Çünkü şehir turizmde kokular, sesler, manzaralar ve özel mekânlar, kentsel deneyimin önemli parçalarıdır. Ancak buna rağmen, turistlerin konfor ve sembolik tüketim taleplerine ve alışkanlıklarına karşılık verdiklerinden dolayı, *Eyfel Kulesi*, *Tac Mahal* ve *Londra Kulesi* gibi sembolik mekânlar, hediyelik eşya dükkânları ve pahalı turistik kafeler de şehirler için önemlidir.

Turistik olmayan bölgelerde turistik hareketlerin artması, bu bölgeleri *turizm soylulaştırması* yoluyla ayrıcalıklı yerleşim yerlerine dönüştürür. Bu tür yerleşim yerlerinde, turistler genellikle yerel rolü oynamaktadırlar. Airbnb gibi uygulamalar ise turistlere *yerel gibi yaşama* fırsatı sunmaktadır. Ancak emlak piyasalarının yerel halk için erişilemez hale gelmesine de neden olmaktadır. Dolayısıyla şehirler, turizm faaliyetlerinin bütüncül değerlendirerek, soylulaştırma süreçlerini çok yönlü özelliklere ve farklı insan topluluklarına göre ele almalıdırlar.

3.6. Turist-Yerel Halk İlişkisi

Şehir turistleri, temel olarak daha çok kültürel mekânları ziyaret etmek amacıyla seyahat etmektedirler. Bu nedenle yerelliği temsil eden kültürel ürünler tüketmektedir. Aynı zamanda, geleneksel turizm bölgelerinin ötesine geçmeyi ve *gerçek şehri* deneyimlemeyi hedeflemektedirler. Bu tür mekânlar, tarihi ve bütünleyici anlamı olan ve yerel halkın günlük yaşamını sürdürdükleri mekânlardır. Böylelikle, yerel kültürün aracısı olan yerel halkla ilişkilerin ve bağlantıların kurulması bir zorunluluk haline gelmektedir.

Boivin ve Tanguay'ın (2019) yaptıkları araştırma, turizm şehri olan Québec City (Kanada) ve Bordeaux'da (Fransa), şehir turizminin çekiciliğinin belirleyicilerini araştırmıştır. Araştırmaya göre, turizm çekiciliğini teşvik etmek için, *iletişim süreçleri* ön plana alınmalıdır. Yerel halkla iyi iletişim için başta internet ve sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmak olmak üzere, yerel halktan geri dönütlerin alınabileceği uygulamalara başvurulmalıdır. Bu nedenle, şehir turizminde turist-yerel halk ilişkisi daima gündemde olmalıdır. Sevin'e (2017) göre ise yerel halkın ve turistlerin bakış açılarının doğru yorumlanmasıyla turistik bir şehir atmosferi oluşmaktadır. Özellikle sosyal medyadaki yerel halk-turist etkileşimleri, bir şehre itibar kazandırmaktadır. Böylelikle gerilimlerin uyuma dönüştüğü, zıtlıkların zenginliğe dönüştüğü bir şehir meydana gelmektedir.

3.7. Turizm türleri ve turist tipolojileri

Turistler homojen bir topluluk oluşturmazlar (Mo vd, 1993). Bu nedenle, çeşitli turizm türleri, turist tipleri ve farklı turistik deneyimler mevcuttur. Turist tipolojileri, bireylerin neden seyahat etmeye karar verdiklerini (itici faktörler) ve neden belirli destinasyonları seçtiklerini (çekici faktörler) açıklamaktadır (Mehmetoğlu, 2004). Turizm türleri ise turistlerin tercih ettikleri turizm deneyimi bağlamında ele alınmaktadır. Dolayısıyla, turizm sektörünün gelişim sürecinde, itici ve çekici faktörlerin şekillendirdiği birçok turizm türü ortaya çıkmıştır.

En gelişmiş turizm destinasyonları olarak şehirler, kültürel miras, tarih, mimari, din, sanat, teknoloji ve etkinlikler tarafından şekillenen birçok turizm türüne ev sahibi yapmaktadırlar. Bu nedenle, şehir turizmi tek başına ele alınan bir turizm türü olmaktan ziyade, birçok turizm türünü kapsamaktadır. Örneğin, Rabbiosi ve Giovanardi'ye (2017) göre, İtalya'daki iki kıyı şehrinde kitlesel sahil turizminin olgunluk aşamasına ulaşması sonucunda, bu şehirler kültürü ön plana almış ve bir yenilenme süreci yaşanarak şehirler yeniden şekillenmiştir.

Andersson (2017), turistlerin gerçekte ne yaptıkları ve nereye gittikleri hakkında bilgi edinme ihtiyacına dikkat çeker. Bu bağlamda, *turist akışı* kavramını önerir. Buna göre, şehir turizminin gerçek değerini ölçmek, izlemek ve değerlendirmek için daha geniş bir tartışma alanına ihtiyaç vardır. Bir İtalyan şehri olan Floransa, Lazzeretti, Capone ve Casadei'nin (2017) tarafından, *sanat şehri*, *yaratıcı şehir* ve *moda şehri* şeklinde iç içe geçmiş şekliyle ele alınmıştır. Yazarlara göre, Floransa'nın bir moda şehri olarak yeniden şekillenmesi, sanat ve yerel moda endüstrisi arasındaki yoğun sinerjiye dayanmaktadır. Bu nedenle, bir turizm şehrinde hangi turizm türlerinin olması gerektiği, buna yönelik konseptin belirlenmesi ve hangi turistlere hitap edeceğinin ölçülmesi gerekmektedir.

3.8. Etkinlikler

Hayllar vd. (2008) ve Mazanec ve Wöber'e (2010) göre, rekreasyonel bölgeler, turistik alışveriş köyleri, kültürel miras bölgeleri, etnik bölgeler, kural tanımayan mahalleler, eğlence bölgeleri ve kıyı bölgeleri, şehirlere eşsiz olma fırsatı sunmaktadır. Kültürel aktiviteler, festivaller, fuarlar ve özel eğlence aktivitelerinden oluşan etkinlikler, sıfırdan bir turizm ürünü oluşturma fırsatı sunduğundan dolayı, turizm şehirlerinin ön plana almaları gereken bir diğer önemli konudur. Ancak etkinlikleri tamamlayıcı olarak, şehir mimarisi, uygun iklim koşulları, canlı sosyal yaşam, cana yakın çalışanlar ve yerel halkın katılımının sağlanması gerekmektedir. Böylece bir şehri özel bir turizm şehri olma yolunda yeni turistik çekiciliklere sahip olabilir.

Liberato vd. (2020), Porto (Portekiz) şehrinin, bir turizm destinasyonu olarak, müzik festivalleri başta olmak üzere, birçok etkinliklerle önemli turistik faaliyetler sunduğunu belirtmiştir. Yıl boyunca şehre fayda sağlayan etkinlikleri programlamak için paydaşlar bir arada hareket ederek, birçok etkinlik ortaya koymaktadırlar. Böylelikle Porto, etkinlik sayısı ve sunduğu etkinlik çeşitliliği bakımında Avrupa'da önemli bir turizm şehri olarak yer almaktadır.

3.9. Akıllı Şehirler

Akıllı şehir konsepti, şehirlerin sürdürülebilir gelişim hedeflerine ulaşmada rehberlik eden akıllı turizm kavramından türetilmiştir (Gretzel ve Koo, 2021). Akıllı turizm, akıllı teknolojilerden yararlanarak, turistlerden elde edilen verileri toplamak/kullanmak için yenilikçi yollar bulmak ve seyahat sırasında verimlilik, sürdürülebilirlik ve zenginleştirilmiş deneyimlere odaklanarak, bu verileri gelişmiş deneyimlere dönüştürme çabalarını oluşturmaktadır (Gretzel vd., 2015, s. 41). Bu nedenle akademik çalışmalar akıllı turizm teknolojilerini, akıllı şehirler, akıllı destinasyonlar ve akıllı teknolojilerin destinasyon ve turist deneyimine etkisi bağlamında ele almaktadır.

Örneğin, Femenia-Serra ve Ivars-Baidal (2021), Benidorm (İspanya) şehrini, akıllı destinasyon stratejisi ve çözümlerinin, destinasyon yönetimini ve turist deneyimini zenginleştirdiğini belirtmiştir. Mo ve Ren (2021), turizm hizmetlerinde var olan sorunları, *akıllı şehirler* bağlamında analiz etmiştir. Ayrıca, bu hizmetleri en iyi şekilde uygulamak için stratejiler de ortaya koymuştur. Bu stratejiler, akıllı bir turizm hizmeti sistemi platformu kurmak, akıllı turizm sistemiyle turistlerinin davranışları için büyük bir veri analizi sistemi yaratmak ve turizm sürecindeki trafik sorunu için *feromon karınca kolonisine (pheromone ant colony)* dayalı bir akıllı trafik hattı ağı oluşturmaktır. Kwag, Hur ve Ko (2021) ise şehir turizmde kişisel elektrikli ulaşım sistemine odaklanmıştır. Buna göre, Gyeongju (Güney Kore) gibi turizm şehirlerinde, toplu taşıma sistemi yeterince gelişmediği için *elektrikli skuter (scooter)* gibi kişisel ulaşım teknolojileri verimli alternatifler olarak kullanılmaktadır. Yazarlara göre şehir turizmi, ulaşımı kişiselleştirerek, daha çok turist çekme şansına sahiptir.

Akıllı turizm teknolojilerinden biri olan bağlantılı ve otonom araçlar (connected and autonomous vehicles-CAVs), şehirlerin akıllı uygulamalarla entegrasyonu açısından önemli bir yere sahiptir. Cohen ve Hopkins'e (2019) göre, şehir turizmde dahil olan tüm araç türleri, potansiyel otomasyona geçişten etkilenecektir. Şu anda bazı havaalanlarında bağlantılı ve otonom araçlar mevcut denemesi, teknolojiyi kontrollü bir ortamda test ederken, turistlere ücretsiz ulaşım imkânı da sunmaktadır. Gelecekte ise bağlantılı ve otonom araçlar, uluslararası turistlerin yabancı bir ortamdaki ulaşım sorunlarının üstesinden gelmesine yardımcı olacaktır. Ayrıca, bu araçların yaşlılar, engelliler ve çocuklar gibi sürücü olmayanlar tarafından da kullanılabilmesi, daha erişilebilir bir ulaşım imkânı sunmaktadır. Dolayısıyla bir şehrin akıllı hale gelmesi, turistik hareketlerin çeşitlenmesini de sağlayacaktır.

3.10. Markalaşma ve imaj

Şehir markalaşması, şehirlerin kendilerini turizmde ön plana çıkarmaları için ortaya çıkmıştır. Marka şehirler, turistleri çekmek için kendi imajlarını oluşturmakla ilgilenir. Örneğin Bobo, Mudombi ve Gopo (2021), önümüzdeki 15-20 yılda kalkınmaya rehberlik edecek bir şehir planı hazırlamanın ortasında olan Zimbabwe'deki Harare şehrini ele almıştır. Buna göre, Harare markası, çok sayıda kentsel planlama zorluğu nedeniyle ışıltısını kaybetmiştir. Bu kapsamda araştırma, şehir markalaşması uygulamalarında planlamanın eksik olduğu noktaları vurgulamıştır.

Ferrucci vd. (2017) ise gezici etkinliklere odaklanarak, imaj oluşturmanın teşviki için yenilikçi uygulamaların önemine değinmiştir. Buna göre, bir şehrin markalaşma çalışmalarında, kendini konumlandığı nokta önemlidir. Şehrin, turistlerin zihninde oluşturdukları ilk çağrışıma karar vermek, başlangıç aşaması olarak kabul edilebilir. Bunun için yenilikçi ve yaratıcı düşünceyle şehrin hangi turistlere ne gibi bir farklılık sunabileceği ortaya konmalıdır. Yaratıcı girişimlerin ortaya konması demek, şehrin o yaratıcı girişimle anılması demektir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, bir turizm şehri olmayı hedefleyen şehirlerin, hangi konuları gündemlerinde tutmaları gerektiğine yöneliktir. Bu bağlamda, bu şehirlere bir projeksiyon sunmak için şehir turizmde yönelik yapılan çalışmaların odak noktaları belirlenmiştir. Buna göre, turizm şehri olmayı hedefleyen bir şehrin, planlama, ulaşım, sürdürülebilirlik ve taşıma kapasitesi, iklim

değişikliği, kentsel mekânlar ve soylulaştırma, turist-yerel halk ilişkisi, turizm türleri ve turist tipolojileri, etkinlikler, akıllı şehirler ve markalaşma ve imaj konularını gündemlerine almaları gerekmektedir. Dolayısıyla, şehir turizminin tüm yönleriyle irdelenmesi ve turistlerin taleplerinin yanı sıra, tüm paydaşların sürece dâhil edilmesi önem arz etmektedir. Ancak o zaman turizm şehirlerindeki sosyal, kültürel, çevresel, demografik, ekonomik, politik ve teknolojik dengelerle hareket edilebilmektedir. Bu dengenin sağlanması için ise etkili bir planlamadan başlanması gerekmektedir. Planlama, bir turizm şehrinin gelişiminde ilk aşama olarak görülmektedir. Etkili bir planlama için ise şehirdeki tüm paydaşların katılımıyla şehrin dokusuna uygun, teknoloji ve ekolojile uyumlu bir strateji belirlenmelidir. Bu çerçevede ulaşım sistemlerinin akıllı, erişebilir ve doğayla uyumlu olmasının yanı sıra, çeşitli olması da önemlidir.

Turizm araştırma alanındaki zorluklardan biri, turizm yeniliklerinin tanımlanması ve bunların sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel etkilerinin belirlenmesidir. Bu nedenle, şehir turizmi olgusuna ilginin canlı kalması, yeni eğilimlerin izlenmesini ve sorgulanmasını gerektirmektedir. Sürdürülebilirlik 1993 yılından beri gündemde olmasına rağmen, şehir turizmi için aşırı turizm hareketlerinin taşıma kapasitesine etkisi ve iklim değişikliği nedeniyle daha önemli hale gelmiştir. Dönüşü olmayan bir yola girmek istemeyen turizm şehirleri, mutlaka sürdürülebilirlik, taşıma kapasitesi ve iklim değişikliği konularındaki gelişmeleri takip edip, ona göre bir strateji oluşturmaları gerekmektedir.

Turizm şehirleri yeni kentsel mekânlar oluştururken, bunu soylulaştırma çalışmaları ile yapmaktadırlar. Ancak soylulaştırma yapılırken şehrin dokusu, kültürü, demografik yapısı, yaşam şekli ve bireylerin yaşam alanlarının önemi göz önüne alınmalıdır, zira yerel halk en önemli turizm paydaşlarından biridir. Her ne kadar turistler ve yerel halk sadece belirli alanlarda karşılaşsalar da günümüzde bazı turistler bir şehri ziyaret etmenin ötesine geçerek, o şehri anlamaya çalışmaktadırlar.

Yeni turizm politikalarının ortaya çıkması ve teknolojideki hızlı dönüşümler, her geçen gün turizm sektörüne yeni turizm türleri ve turist tipleri dâhil olmaktadır. Bu nedenle, tüm turist tiplerine hitap edebilecek etkinlikler oluşturmak, şehre akıllığı entegre etmek ve bir marka oluşturmak için imaj çalışmaları yapmak, bir turizm şehrinin gelişimi için olmazsa olmaz girişimler olarak ele alınmalıdır. Böylece, bir turizm şehrinin daima dinamik kalması ve yeni turizm türleriyle, farklı turist gruplarına hitap eden turizm faaliyetleri içinde yer alabilir.

Sonuç olarak, bir turizm şehri geliştirmeye yönelik tüm konular, uygulamalar ve girişimler hem ayrı ayrı hem de bütüncül olarak ele alınmalıdır. Bunun için çok yönlü çalışmalar ve bütüncül turizm yaklaşımı sergilenmelidir. Bu nedenle, turistlerin talepleri ve istekleri kadar, yerel halkın katılımının ön plana alındığı geniş bir çerçeveden bakılmalıdır. Çünkü bir turizm şehrinin gelişimi kendiliğinden olmaz. Tüm bileşenlerin buna hazır ve istekli olması gerekir. Ayrıca, şehrin de buna uygun değerlere sahip olması gerekir. Bu nedenle, bir turizm şehrinin gelişiminde olmazsa olmaz konular daima gündemde olmalıdır.

Çalışmanın sadece son 13 yılı kapsayan literatürü kapsamaması, en önemli sınırlılıktır. Sonraki çalışmaların, şehir turizmine yönelik önemli konuları, turizm paydaşlarının görüşleri bağlamında ampirik yapması, literatüre ve şehirlere katkı sunabilir. Ayrıca, paydaş görüşlerinin karşılaştırılmasıyla, bir turizm şehrinin özellikleri ve bir turizm şehirden beklentilere de ulaşılabilir. Ancak dünya çapındaki sağlık krizleri, Rusya-Ukrayna Savaşı, göç sorunları, ekonomik krizler ve iklim değişikliği gibi sorunlara yönelik de bir anlayışın geliştirilmesi gerekmektedir.

Kaynakça

Aall, C. ve Koens, K. (2019). The discourse on sustainable urban tourism: The need for discussing more than overtourism. *Sustainability*, 11(15), 4228.

- Ahmadi, M., Rahnamaii, M. ve Aliakbari, E. (2021). Assessment of attractions and urban tourism capacities in the study system of Kermanshah urban development plans from the tourism range. *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 15(4), 1069-1084.
- Andersson, G. (2017). Visitor streams in city destinations: Towards new tools for measuring urban tourism. N. Bellini ve C. Pasquinelli (Eds) *Tourism in the City* içinde (ss. 147-161). Springer.
- Ashworth, G. J. (2003). Urban Tourism: Still an Imbalance in Attention? C. P. Cooper (Ed) *Classic Reviews in Tourism* içinde (ss. 143-163). Clevedon: Channel View Publications.
- Ashworth, G. J. ve Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Aslantürk, A. Y. (2022). Şehir ve kent dikotomosini kavramlar üzerinden okumak. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(26), 177-189.
- Bellini, N. ve Pasquinelli, C. (Eds.) (2017). *Tourism in the city*. Springer.
- Bobo, T., Mudombi, T. P. ve Gopo, E. (2021). Unlocking urban tourism through city branding: taking advantage of forward planning in Zimbabwe. *International Journal of Urban Planning and Smart Cities*, 2(1), 45-58.
- Boivin, M. ve Tanguay, G. A. (2019). Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: the case of Quebec city and Bordeaux. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11(2019), 67-79.
- Borseková, K., Vaňová, A. ve Vitálišová, K. (2017). Building Košice European capital of culture: Towards a creative city? N. Bellini ve C. Pasquinelli (Eds) *Tourism in the city* içinde (ss. 193-205). Springer.
- Brussel, M., Zuidgeest, M., Pfeffer, K. ve Van Maarseveen, M. (2019). Access or accessibility? A critique of the urban transport SDG indicator. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 8(2), 67.
- Clark, T. N. (2003). *The City as an entertainment machine*. Elsevier.
- Cohen, E. (2004). *Contemporary tourism: Diversity and change*. Elsevier.
- Cohen, S. A. ve Hopkins, D. (2019). Autonomous vehicles and the future of urban tourism. *Annals of Tourism Research*, 74(2019), 33-42.
- Corbin, J. ve Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks: Sage.
- Encalada-Abarca, L., Ferreira, C. C. ve Rocha, J. (2021). Measuring tourism intensification in urban destinations: an approach based on fractal analysis. *Journal of Travel Research*, 0047287520987627.
- Femenia-Serra, F. ve Ivars-Baidal, J. A. (2021). Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 365-384.
- Ferrucci, L., Sarti, S., Splendiani, S. ve Rodríguez, M. C. (2017). Enhancing the tourism image of Italian regions through urban events: The case of Steve McCurry's sensational Umbria exhibition. N. Bellini ve C. Pasquinelli (Eds) *Tourism in the City* içinde (ss. 235-245). Springer, Cham.
- Gönç Şavran, T. (Ed.) (2012). *Sosyolojide araştırma yöntem ve teknikleri*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S. ve Koo, C. (2015). Smart tourism challenges. *Journal of Tourism*, 16(1), 41-47.

- Gretzel, U. ve Koo, C. (2021). Smart tourism cities: a duality of place where technology supports the convergence of touristic and residential experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 352-364.
- Hayllar, B. ve Griffin, T. (2005). The precinct experience: A phenomenological approach. *Tourism Management*, 26(4), 517-528.
- Hayllar, B. R. ve Griffin, T. (2006). *A tale of two precincts: a phenomenological analysis*. Cutting Edge Research in Tourism - New Directions, Challenges and Applications School of Management, University of Surrey, Birleşik Krallık.
- Hayllar, B., Griffin, T. ve Edwards, D. (2008). *City spaces-tourist places*. Routledge.
- Kim, H. (2019). An analysis in satisfaction of urban tourism influenced by convenience of transportation: Mokpo City in Jeonnam Province. *Culinary Science & Hospitality Research*, 25(9), 1-6.
- Judd, D. R. (1995). Promoting tourism in US cities. *Tourism Management*, 16(3), 175-187.
- Kontogeorgopoulos, N. (2003). Keeping up with the joneses tourists, travellers, and the quest for cultural authenticity in Southern Thailand. *Tourist Studies*, 3(2), 171-203.
- Kwag, S. I., Hur, U. ve Ko, Y. D. (2021). Sustainable electric personal mobility: The design of a wireless charging infrastructure for urban tourism. *Sustainability*, 13(3), 1270.
- Lalicic, L. ve Önder, I. (2018). Residents' involvement in urban tourism planning: Opportunities from a smart city perspective. *Sustainability*, 10(6), 1852.
- Law, C. M. (2002). *Urban Tourism: The visitor economy and the growth of large cities*. London: Continuum.
- Lazzeretti, L., Capone, F. ve Casadei, P. (2017). The role of fashion for tourism: an analysis of Florence as a manufacturing fashion city and beyond. N. Bellini ve C. Pasquinelli (Eds) *Tourism in the City* içinde (ss. 207-220). Springer.
- Lee, P., Hunter, W. C. ve Chung, N. (2020). Smart tourism city: Developments and transformations. *Sustainability*, 12(10), 3958.
- Liberato, D., Costa, E., Liberato, P. ve Ribeiro, J. (2020). The Role of Events and Music Festivals in Urban Tourism: Case Study. A. Rocha, A. Abreu, J. V. de Carvalho, D. Liberato, E. A. González & P. Liberato (Eds) *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems* içinde (ss. 537-549). Springer.
- Lopes, H. S., Remoaldo, P. C., Ribeiro, V. ve Martín-Vide, J. (2021). Perceptions of human thermal comfort in an urban tourism destination-a case study of Porto (Portugal), *Building and Environment*, 205, 108246.
- Maciocco, G. (Ed.) (2008). *Urban landscape perspectives*. Springer.
- Mackiewicz, B. ve Konecka-Szydłowska, B. (2017). Green tourism: Attractions and initiatives of Polish Cittaslow Cities. N. Bellini ve C. Pasquinelli (Eds) *Tourism in the City* içinde (ss. 297-309). Springer.
- Maitland, R. ve Ritchie, B. W. (2009). *City tourism: National capital perspectives*. CABI.
- Maitland, R. ve Newman, P. (2009). *World tourism cities: Developing tourism of the beaten track*. Routledge.
- Mazanec, J. A. ve Wöber, K. W. (2010). *Analyzing international city tourism*. Springer.
- McDonnell, I. ve Darcy, S. (1998). tourism precincts: A factor in Bali's rise in fortune and Fiji's fall from favour-an Australian perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 4(4), 353-367.

- Mehmetoglu, M. (2004). Tourist or traveller? A typological approach. *Tourism Review*, 59, 33-39.
- Meyer-Arendt, K. J. (1990). Recreational business districts in gulf of Mexico seaside resorts. *Journal of Cultural Geography*, 11(1), 39-55.
- Mo, C. M., Howard, D. R. ve Havitz, M. E. (1993). Testing an international tourist role typology. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 319-335.
- Mo, J. ve Ren, F. (2021). Analysis on the countermeasures of optimizing urban tourism public service system under the background of smart city. *Complexity*, 6642404.
- Neuman, W. L. (2006). *Toplumsal araştırma yöntemleri, nicel ve nitel yaklaşımlar* (S. Özge, Çev.). Yayın Odası.
- Page, S. (1995). *Urban Tourism*. Routledge.
- Panagiotopoulou, M., Somarakis, G. ve Stratigea, A. (2020). Smartening up participatory cultural tourism planning in historical city centers. *Journal of Urban Technology*, 27(4), 3-26.
- Pandy, W. R. ve Rogerson, C. M. (2019). Urban tourism and climate change: Risk perceptions of business tourism stakeholders in Johannesburg, South Africa. *Urbani Izziv*, 30, 225-243.
- Pasquinelli, C. (2017). *Tourism Connectivity and Spatial Complexity: A Widening Bi-dimensional Arena of Urban Tourism*. N. Bellini ve C. Pasquinelli (Editörler) *Tourism in the City* içinde (ss. 29-50). Springer.
- Qiao, G., Ding, L., Zhang, L. ve Yan, H. (2022). Accessible tourism: A bibliometric review (2008–2020). *Tourism Review*, 77(3), 713-730.
- Rabbiosi, C. ve Giovanardi, M. (2017). Rediscovering the “urban” in two Italian tourist coastal cities. N. Bellini ve C. Pasquinelli (Eds) *Tourism in the City* içinde (ss. 247-258). Springer.
- Rogerson, C. M. ve Rogerson, J. M. (2019). Historical urban tourism: Developmental challenges in Johannesburg 1920-1950. *Urbani izziv*, 30, 112-128.
- Sevin, E. (2017). Globetrotters and Brands: Cities in an Emerging Communicative Space. N. Bellini ve C. Pasquinelli (Eds) *Tourism in the City* içinde (ss. 109-122). Springer.
- Shoval, N. (2018). Urban planning and tourism in European cities. *Tourism Geographies*, 20(3), 371-376.
- Tarkowski, M., Połom, M. ve Puzdrakiewicz, K. (2021). Bridging tourist attractions. The role of waterbuses in urban tourism development: The case of the coastal city of Gdańsk (Poland). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 34(1), 126-131.
- Uğur, L. (2017). Mind the gap: Reconceptualising inclusive development in support of integrated urban planning and tourism development. N. Bellini ve C. Pasquinelli (Editörler) *Tourism in the City* içinde (ss. 51-66). Springer.
- United Nations (2022). *The sustainable development goals report 2022*. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/> (Erişim tarihi: 08.03.2023)
- Van Egmond, A. (2007). *Understanding western tourists in developing countries*. Wallingford: CABI Pub.
- Wach, E. (2013). *Learning about qualitative document analysis*. Institute of Development Studies.
- Wang, D. G., Niu, Y. ve Qian, J. (2018). Evolution and optimization of China’s urban tourism spatial structure: A high speed rail perspective, *Tourism Management*, 64, 218-232.

Zeng, J., Wen, Y., Bi, C. ve Feiock, R. (2021). Effect of tourism development on urban air pollution in China: The moderating role of tourism infrastructure. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124397.